

**PENGARUH BIAYA PROMOSI, BAGI HASIL, DAN INFLASI  
TERHADAP JUMLAH DEPOSITO *MUDHARABAH* PADA PT BPRS  
GEBU PRIMA MEDAN**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Reka Cintia**

**NIM 53154121**

**Program Studi**

**PERBANKAN SYARIAH**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA  
MEDAN**

**2019/1440 H**

**PENGARUH BIAYA PROMOSI, BAGI HASIL, DAN INFLASI  
TERHADAP JUMLAH DEPOSITO *MUDHARABAH* PADA PT BPRS  
GEBU PRIMA MEDAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada Jurusan  
Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri  
Sumatera Utara

**Oleh :**

**Reka Cintia**

**NIM 53154121**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2019/1440 H**



# PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul :

**PENGARUH BIAYA PROMOSI, BAGI HASIL, DAN INFLASI  
TERHADAP JUMLAH DEPOSITO MUDHARABAH PADA PT BPRS  
GEBU PRIMA MEDAN**

Oleh :

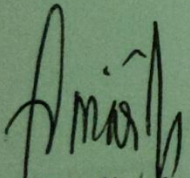
Reka Cintia

Nim: 53154121

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Perbankan Syariah.

Medan 23 Agustus 2019

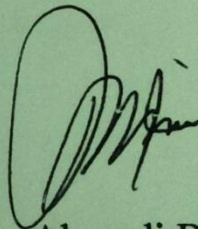
Pembimbing I



Dr. Marliyah, M.A

NIP.19760126 200312 2 003

Pembimbing II

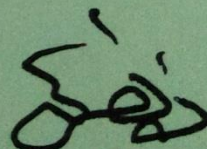


Nur Ahmadi Bi Rahmani, M. Si

NIB.1100000093

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Zuhrinal M. Nawawi, M.A

NIP. 19760818 200710 1 001

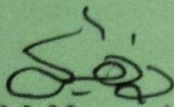


Skripsi berjudul "PENGARUH BIAYA PROMOSI, BAGI HASIL, DAN INFLASI TERHADAP JUMLAH DEPOSITO MUDHARABAH PADA PT BPRS GEBU PRIMA MEDAN". Reka Cintia, NIM 5314121 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU pada tanggal 16 Oktober 2019. Skripsi ini telah diterima untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Medan, 21 Oktober 2019

Panitian Sidang Munaqasyah Skripsi  
Program Studi Perbankan Syariah  
UIN Sumatera Utara

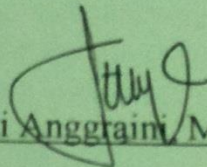
Ketua,



Zuhri M. Nawawi, M.A

NIP. 19760818 200710 1 001

Sekretaris,

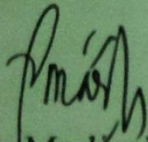


Tuti Anggraini, M.A

NIP. 19770531 200501 2 007

Anggota

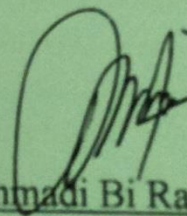
1.



Dr. Marlyyah, M.A

NIP. 19760126 200312 2 003

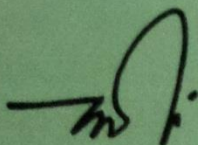
2.



Nur Ahmadi Bi Rahmani, M.Si

NIB. 1100000093

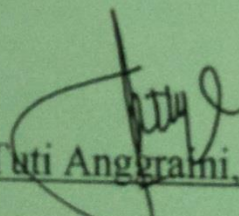
3.



Dr. Andri Soemitra, M.A

NIP. 19760507 200604 1 002

4.

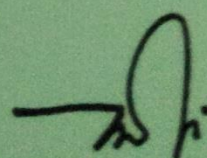


Tuti Anggraini, M.A

NIP. 19770531 200501 2 007

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam UIN Sumatera Utara



Dr. Andri Soemitra, M.A

NIP. 19760507 200604 1 002



## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Reka Cintia**  
NIM : 53154121  
Tempat/ Tgl. Lahir : Medan, 06 September 1998  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Jl. Rawa Gg. Syafi'i No. 08 Medan Denai

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **"PENGARUH BIAYA PROMOSI, BAGI HASIL, DAN INFLASI TERHADAP JUMLAH DEPOSITO MUDHARABAH PADA PT BPRS GEBU PRIMA MEDAN"** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 29 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan



*Reka Cintia*

## ABSTRAK

Reka Cintia, NIM 3154121. “*Pengaruh Biaya Promosi, Bagi Hasil dan Inflasi Terhadap Jumlah Deposito Mudharabah Pada PT BPRS Gebu Prima Medan*”. Dibawah bimbingan pembimbing I Ibu Dr. Marliyah, M.A dan Pembimbing II Bapak Nur Ahmadi Bi Rahmani, M. Si.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kegiatan usaha pada perbankan syariah khususnya pada penghimpunan dana pihak ketiga produk deposito *mudharabah* yaitu faktor internal dan eksternal. Adapun faktor internalnya adalah reputasi bisnis bank, tingkat suku bunga yang kompetitif atau tingkat bagi hasil, kemampuan distribusi jasa bank, kelengkapan produk dan jasa bank yang ditawarkan, keberhasilan program promosi bank, pelayanan yang lebih cepat dan fleksibel, pengelolaan dana bank yang hati-hati, persaingan dari bank lain dari segala hal. Sedangkan faktor eksternalnya adalah kondisi perekonomian, kegiatan dan kondisi pemerintah, kondisi atau perkembangan pasar uang dan pasar modal, kebijakan pemerintah, peraturan Bank Indonesia. Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap penghimpunan dana pihak ketiga produk deposito *mudharabah* adalah kondisi perekonomian yang ditunjukkan dengan kondisi makroekonomi. Salah satu indikator makro ekonomi adalah inflasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Biaya Promosi, Bagi Hasil dan Inflasi Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah* Pada PT BPRS Gebu Prima Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang berasal dari beberapa lembaga terkait, seperti Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan. Data yang digunakan adalah dalam bentuk triwulanan Januari 2014-Desember 2018. Penelitian ini menggunakan metode analisis Regresi Linier Berganda dengan bantuan program SPSS 22. Hasil pengujian ini dapat disimpulkan bahwa secara simultan Biaya Promosi, Bagi Hasil, dan Inflasi berpengaruh signifikan terhadap jumlah Deposito *Mudharabah*. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel biaya promosi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah*, dan pada variabel bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah*, sedangkan inflasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah*.

Kata kunci: Biaya Promosi, Bagi Hasil, Inflasi, Deposito *Mudharabah*

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberi rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “**PENGARUH BIAYA PROMOSI, BAGI HASIL, DAN INFLASI TERHADAP JUMLAH DEPOSITO MUDHARABAH PADA PT BPRS GEBU PRIMA MEDAN**” Adalah dalam rangka memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN) Jurusan Perbankan Syariah.

Dalam melakukan penulisan Skripsi ini, penulis tidak bekerja sendiri dalam penulisan ini akan tetapi juga dibantu, dibimbing dan didukung oleh banyak pihak, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada yang telah membantu penulis selama penulisan Skripsi ini hingga penyelesaian Skripsi ini diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Andri Soemitra, M.A, selaku Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. H. Muhammad Yafiz, M.Ag, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Hj. Chuzaimah Batubara, M.A, selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Ibu Dr. Hj. Nurlaila Harahap, SE., M.A, selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
6. Bapak Zuhri M. Nawawi, M.A, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
7. Ibu Tuti Anggraini, M.A, selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Sumatera Utara.
8. Dr. Marliyah, M.A sebagai Pembimbing I dan Nur Ahmadi Bi Rahmani, M.Si selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam pembuatan Skripsi ini.
9. Terima kasih kepada Orang Tua saya, Mama Elvina dan Ayah Hasnul yang telah memberi cinta dan kasih sayang, dan selalu memberikan dukungan yang begitu besar serta mendoakan saya. Tidak lupa adik-adik tercinta saya Windy Aprilia Asvina, Ratna Dewanti, dan Rini Anggaraeni dan Bunda saya Bunda Farida.

10. Terima kasih Kepada Sahabat-Sahabat saya Fifi Ariska Siregar, Dea Novika Natama Harahap, Miftahul Husna, Nina Mardiana, Patimah Hajrah Dasopang, Shinta Masriah, Siska Pratiwi Harahap, Najihah Silmi Lubis, Dzakiah Khairunnisa, dan Devi Widya Sari yang telah memberikan dukungan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi.
11. Terima kasih kepada seluruh teman Jurusan Perbankan Syariah (PS-B) angkatan 2015 yang telah membantu memberi dukungan kepada penulis serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, hal ini sehubungan dengan keterbatasan waktu, pikiran, tenaga, dan biaya. Oleh karena itu penulis mengharap kritik serta saran yang bersifat membangun dari pembaca agar Skripsi ini dapat berjalan dengan baik dan bermanfaat bagi ilmu pengetahuan di bidang Ekonomi dan Perbankan Syariah serta dapat digunakan bagi pihak-pihak terkait.

Medan 22 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan

**Reka Cintia**

**Nim. 53154121**



## DAFTAR ISI

### PERSETUJUAN

### ABSTRAK

### KATA PENGANTAR..... i

### DAFTAR ISI..... iii

### DAFTAR TABEL..... vi

### DAFTAR GAMBAR..... vii

### DAFTAR LAMPIRAN ..... viii

### BAB I PENDAHULUAN..... 1

#### A. Latar Belakang ..... 1

#### B. Identifikasi Masalah..... 6

#### C. Batasan Masalah ..... 7

#### D. Rumusan Masalah..... 7

#### E. Tujuan Penelitian ..... 8

#### F. Manfaat Penelitian ..... 8

### BAB II KAJIAN TEORITIS..... 9

#### A. Landasan Teori..... 9

##### 1. Deposito *Mudharabah*..... 9

###### a. Pengertian Deposito *Mudharabah* ..... 9

###### b. Landasan Syariah Tentang Deposito *Mudharabah*..... 12

###### c. Akad-Akad Deposito pada Bank Syariah..... 16

##### 2. Biaya Promosi..... 17

###### a. Pengertian Biaya Promosi ..... 17

b. Fungsi dan Tujuan Promosi.....	18
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Biaya Promosi.....	20
3. Bagi Hasil .....	23
a. Pengertian Bagi Hasil.....	23
b. Landasan Syariah Tentang Bagi Hasil .....	24
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bagi Hasil .....	26
d. Pembayaran Bagi Hasil .....	27
4. Inflasi .....	28
a. Pengertian Inflasi .....	28
b. Landasan Syariah Tentang Inflasi.....	30
c. Faktor-Faktor yang Menyebabkan Inflasi.....	30
d. Solusi Inflasi dalam Prespektif Ekonomi Islam.....	31
5. Hubungan Antar Variabel Independen dan Variabel Dependen .....	34
a. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Deposito <i>Mudharabah</i> .....	34
b. Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Deposito <i>Mudharabah</i> .....	34
c. Pengaruh Inflasi Terhadap Deposito <i>Mudharabah</i> .....	35
B. Penelitian Terdahulu .....	36
C. Kerangka Teoritis.....	39
D. Hipotesis .....	40
<b>BAB III METODEODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	41
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	41
C. Populasi dan Sampel .....	41
D. Jenis dan Sumber Data.....	41
E. Definisi Operasional Variabel.....	42
F. Analisis Data .....	43
<b>BAB IV TEMUAN PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
A. Gambaran Umum Objek Perusahaan.....	48
1. Sejarah Perusahaan .....	48

2. Visi dan Misi Perusahaan .....	50
3. Lokasi Perusahaan .....	50
4. Ruang Lingkup Bidang Usaha.....	50
5. Daerah Pemasaran .....	53
6. Struktur Organisasi Perusahaan.....	54
7. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab.....	55
<b>B. Hasil Penelitian .....</b>	<b>58</b>
1. Uji Asumsi Klasik .....	58
a. Uji Normalitas .....	58
b. Uji Heteroskedastisitas .....	59
c. Uji Autokorelasi .....	60
2. Uji Regresi Linier Berganda .....	61
a. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	61
b. Uji F Statistik .....	62
c. Uji t Statistik.....	63
<b>C. Pembahasan dan Hasil Penelitian .....</b>	<b>65</b>
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>68</b>
A. Kesimpulan .....	68
B. Saran.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>78</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1	Posisi Deposito <i>Mudharabah</i> , Bagi Hasil, dan Inflasi pada PT. BPRS Gebu Prima Medan Tahun 2014-2018 ..... 5
2	Penelitian Terdahulu ..... 36
3	Hasil Uji Normalitas dengan <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i> ..... 59
4	Hasil Uji Heteroskedastisitas ..... 60
5	Hasil Uji Autokorelasi dengan <i>Durbin-Watson Test</i> ..... 60
6	Hasil Uji Koefisien Determinasi ..... 61
7	Hasil Uji F Statistik ..... 62
8	Hasil Uji t Statistik ..... 63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar		Hal
1	Kerangka Teoritis .....	39
2	Struktur Organisasi Perusahaan.....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Hal
1	Uji Asumsi Klasik .....	70
2	Uji Regresi Linier Berganda.....	71
3	Tabel Durbin-Watson .....	72
4	Tabel Distribusi F.....	73
5	Tabel Distribusi t.....	74



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini perbankan syariah mengalami kemajuan yang sangat pesat dan juga semakin populer di mata masyarakat Indonesia. Keberadaannya telah mulai menjamur dimana-mana di seluruh wilayah tanah air. Dan sesuatu yang pasti, prinsip perbankan syariah mengikuti sistem perekonomian dan perbankan yang dibenarkan oleh Islam atau sesuai syariah yang berlandaskan pada aturan yang ada dalam Al-Qur'an dan Hadist Nabi Muhammad.

Dalam UU No. 21 Tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah mengemukakan pengertian perbankan syariah dan pengertian bank syariah. *Perbankan Syariah* yaitu segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, mencakup kegiatan usaha, serta tata cara dan proses di dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

*Bank Syariah* adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya dengan didasarkan pada prinsip syariah dan menurut jenisnya bank syariah terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah), UUS (Unit Usaha Syariah) dan BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah)<sup>1</sup>. Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum islam dan dalam kegiatannya tidak membebaskan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan bank syariah yang diterima maupun yang dibayarkan pada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian yang dilakukan oleh pihak nasabah dan pihak bank. Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariat islam.

BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah) adalah bank yang khusus melayani masyarakat kecil di kecamatan dan pedesaan. Jenis produk yang ditawarkan relatif sempit jika dibandingkan dengan bank umum, bahkan ada

---

<sup>1</sup>Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

beberapa jenis jasa bank yang tidak boleh diselenggarakan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, seperti pembukaan rekening giro dan ikut kliring.<sup>2</sup> Adapun produk penghimpunan dana BPRS adalah tabungan dan deposito.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kegiatan usaha pada perbankan syariah khususnya pada penghimpunan dana pihak ketiga produk deposito *mudharabah* yaitu faktor internal dan eksternal. Adapun faktor internalnya adalah reputasi bisnis bank, tingkat suku bunga yang kompetitif atau tingkat bagi hasil, kemampuan distribusi jasa bank, kelengkapan produk dan jasa bank yang ditawarkan, keberhasilan program promosi bank, pelayanan yang lebih cepat dan fleksibel, pengelolaan dana bank yang hati-hati, persaingan dari bank lain dari segala hal. Sedangkan faktor eksternalnya adalah kondisi perekonomian, kegiatan dan kondisi pemerintah, kondisi atau perkembangan pasar uang dan pasar modal, kebijakan pemerintah, peraturan Bank Indonesia.<sup>3</sup>

Salah satu faktor yang mempengaruhi deposito *mudharabah* adalah keberhasilan program promosi bank. Keberhasilan sebuah program promosi bisa dilihat dari banyaknya masyarakat yang mengenal produk atau jasa suatu bank. Promosi yang dilakukan oleh perusahaan tentu saja membutuhkan biaya. Dalam hal ini disebut biaya promosi. Biaya bagi perusahaan merupakan faktor yang menentukan untuk menetapkan harga dari produk yang akan dijual. Secara harfiah biaya promosi dapat diartikan biaya atau sejumlah pengorbanan yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasaran perusahaan khususnya dalam hal pelaksanaan promosi. Biaya promosi ini secara langsung dapat mempengaruhi terhadap volume penjualan yang diperoleh perusahaan.

Tingginya persaingan di dunia perbankan membuat perbankan syariah menyiapkan strategi, salah satunya strategi dalam berpromosi. Promosi merupakan salah satu kegiatan *marketing mix* yang paling sering diidentikkan

---

<sup>2</sup>Andi Muh dan Nurul iska, “Pemahaman Nilai-Nilai Syariah Pada Praktisi Perbankan Syariah” (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin, 2011), h. 47.

<sup>3</sup>Veithzal Rivai, dkk, *Bank & Financial Institution Management Conventional & Sharia System*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007), h. 406-408.

sebagai aktivitas pemasaran dalam arti sempit. Dalam dunia perbankan syariah, promosi menjadi salah satu faktor pendukung kesuksesan perbankan syariah. Dalam marketing, efektivitas sebuah iklan seringkali digunakan untuk menanamkan “*brand image*” atau agar lebih dikenal keberadaannya. Ketika “*brand image*” sudah tertanam dibenak masyarakat umum, maka menjual sebuah produk, baik itu dalam bentuk barang maupun jasa akan terasa menjadi jauh lebih mudah. Dengan adanya promosi, maka sudah pasti bank akan menganggarkan dananya untuk kegiatan promosi tersebut atau bisa disebut sebagai biaya promosi. Semakin tinggi biaya promosi yang dikeluarkan bank seharusnya akan lebih banyak menarik nasabah untuk menginvestasikan dananya pada tabungan maupun Deposito Mudharabah.<sup>4</sup>

PT BPRS Gebu Prima memilih melakukan promosi lebih sering menggunakan *direct selling* dengan memberikan edukasi dan inklusi kepada masyarakat dengan mengadakan event ke kampus-kampus atau sekolah-sekolah, kerjasama dengan bank-bank lain untuk mengedukasi masyarakat, acara pengajian, hal-hal seperti ini tentu saja menggunakan sejumlah biaya yang dikeluarkan. Namun ada beberapa promosi yang tidak terlalu membutuhkan dana lebih untuk melakukan promosi seperti dari chat melalui *social media* seperti di *WhatsApp* dan berbicara melalui mulut ke mulut yang dapat dilakukan oleh semua pegawai BPRS Gebu Prima.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi deposito adalah bagi hasil. Bagi hasil dalam sistem perbankan syariah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat, dan di dalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (akad). Besarnya penentuan porsi bagi hasil antara kedua belah pihak ditentukan sesuai dengan kesepakatan bersama, dan harus terjadi dengan kerelaan

---

<sup>4</sup>Rabiahtul Addawiyah, “Pengaruh IHSG, Harga Emas, Biaya Promosi, dan FDR terhadap Jumlah Deposito Mudharabah (Studi Kasus pada BUS dan UUS di Indonesia Periode 2011-2015)”, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2016), h. 4



(*'an-tharadin*) di masing-masing pihak tanpa adanya unsur paksaan.<sup>5</sup> Bagi hasil merupakan salah satu pertimbangan seseorang untuk menyimpan dananya pada bank.

Bagi hasil yang diberikan oleh bank syariah yang tinggi akan mendorong seseorang untuk menyimpan dananya dan mengorbankan konsumsi sekarang untuk dimanfaatkan di masa yang akan datang, demikian pula sebaliknya. Dalam sistem bagi hasil, keuntungan nasabah ditentukan berdasarkan nisbah yang telah ditetapkan oleh bank, sehingga semakin tinggi bagi hasil yang ditawarkan bank syariah pada nasabah, maka akan semakin besar pula nasabah menginvestasikan dananya.<sup>6</sup> Untuk Bank Syariah tidak dapat menentukan berapa bagi hasil yang didapatkan karena tergantung pada pendapatan yang didapatkan setiap tahunnya.

Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap penghimpunan dana pihak ketiga produk deposito *mudharabah* adalah kondisi perekonomian yang ditunjukkan dengan kondisi makroekonomi. Salah satu indikator makro ekonomi adalah inflasi.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi deposito *mudharabah* adalah inflasi. Inflasi adalah kecenderungan dari harga-harga untuk naik secara umum dan terus menerus. Di bidang moneter, laju inflasi yang tinggi tidak terkendali dapat mengganggu upaya perbankan dalam pengerahan dana masyarakat. Pada tataran makro, nilai uang terhadap barang memiliki peran penting terhadap jumlah tabungan masyarakat di bank. Tingginya inflasi akan menurunkan nilai kekayaan dalam bentuk uang. Inflasi yang tidak dapat dikendalikan dapat mengurangi minat masyarakat menabung, mengurangi gairah perusahaan melakukan investasi yang produktif, dan menimbulkan kemerosotan nilai uang dan defisit neraca

---

<sup>5</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek* (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 90.

<sup>6</sup>Nur Fitria, "*Pengaruh Bagi Hasil Deposito, Biaya Promosi, dan Pendapatan Perkapita Kota Medan Terhadap Deposito Mudharabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Medan Balai Kota*" (Skripsi, UIN Sumatera Utara, 2015), h. 4.

pembayaran. Dan masalah ini juga akan memperlambat pertumbuhan ekonomi.<sup>7</sup> Inflasi biasanya diekspresikan dalam presentase perubahan angka indeks harga konsumen. Tetapi juga bisa menggunakan harga lain (harga perdagangan besar, upah, harga, aset dan sebagainya). Tingkat harga yang melambung mencapai 100% atau lebih dalam setahun (*hyperinflasi*) akan menyebabkan hilangnya kepercayaan masyarakat terhadap mata uang, sehingga masyarakat cenderung menyimpan aset dalam bentuk lain (*real estate* atau emas).

**Tabel 1.1**

**Posisi Deposito *Mudharabah*, Bagi Hasil, dan Inflasi pada PT. BPRS Gebu  
Prima Medan Tahun 2014-2018**

Variabel Tahun	Biaya Promosi	Bagi Hasil (ribuan)	Inflasi (%)	Deposito <i>Mudharabah</i> (ribuan)
Maret 2014	3.272.380	112.426	7.76	6.034.500
Juni 2014	9.818.300	230.259	7.09	8.426.500
September 2014	13.882.180	395.111	4.35	8.027.000
Desember 2014	18.914.300	529.120	6.47	8.489.500
Maret 2015	5.672.500	167.116	6.54	8.729.500
Juni 2015	17.017.500	272.134	7.06	8.282.500
September 2015	28.334.200	405.005	7.09	7.301.500
Desember 2015	39.735.800	533.395	4.83	6.866.500
Maret 2016	2.820.000	98.536	4.34	6.215.500
Juni 2016	6.865.000	215.510	3.46	5.677.500
September 2016	9.645.000	323.073	3.02	5.442.500
Desember 2016	17.745.000	413.507	3.30	4.951.500
Maret 2017	4.300.000	91.139	3.64	5.277.500
Juni 2017	10.150.000	185.190	4.29	4.548.500
September 2017	14.597.000	250.935	3.81	4.196.000
Desember 2017	16.829.500	339.295	3.50	4.276.000

<sup>7</sup>Sadono Sukirno, *Makro Ekonomi Modern, perkembangan pemikiran dari klasik hingga keynesian baru*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2005), h.10.

Maret 2018	3.569.400	126.472	3.28	7.882.000
Juni 2018	15.059.000	376.046	3.25	10.787.000
September 2018	16.834.700	575.810	3.10	11.378.000
Desember 2018	20.261.200	752.718	3.17	13.840.000

Source: [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id) , [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id) dan PT BPRS Gebu Prima

Berdasarkan tabel 1.1, jumlah deposito *mudharabah* mengalami *fluktuatif* di setiap triwulannya di tahun 2014-2018 begitu juga dengan biaya promosi, bagi hasil, dan inflasi yang mengalami *fluktuatif* di tahun 2014-2018. Biaya promosi setiap triwulannya mengalami peningkatan, untuk inflasi hampir setiap triwulannya mengalami penurunan, bagi hasil setiap triwulannya mengalami peningkatan, dan untuk jumlah deposito *mudharabah* mengalami penurunan setiap triwulannya namun hanya pada tahun 2018 dan 2014 jumlah deposito mengalami peningkatan.

Pada tahun 2015 sampai 2017 biaya promosi pada PT BPRS Gebu Prima mengalami peningkatan namun pada jumlah deposito *mudharabah* mengalami penurunan setiap pertriwulan pada tahun yang sama. Hal ini juga terjadi pada bagi hasil yaitu pada tahun 2015 sampai 2017 bagi hasil pada PT BPRS Gebu Prima mengalami peningkatan namun pada jumlah deposito *mudharabah* mengalami penurunan setiap pertriwulan pada tahun yang sama. Pada tahun 2016 sampai 2017 inflasi yang terjadi mengalami penurunan namun jumlah deposito *mudharabah* juga mengalami penurunan setiap pertriwulan pada tahun yang sama, yang artinya bahwa berbeda dengan yang teori yang telah dijelaskan sebelumnya.

Dengan demikian berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Biaya Promosi, Bagi Hasil, dan Inflasi Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka penulis mengemukakan identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Pada triwulan Desember 2015 biaya promosi yang dialokasikan sangat tinggi tetapi di waktu yang sama jumlah deposito *mudharabah* terjadi penurunan.
2. Pada triwulan September 2016 terjadi penurunan inflasi yang cukup tinggi namun tidak diikuti peningkatan pada jumlah deposito *mudharabah*.
3. Peningkatan dan penurunan dari biaya promosi yang dialokasikan tidak diikuti dengan penurunan atau peningkatan dari jumlah deposito *mudharabah*.
4. Peningkatan bagi hasil seharusnya diikuti dengan peningkatan jumlah deposito *mudharabah*.
5. Peningkatan dan penurunan inflasi tidak berpengaruh terhadap peningkatan dan penurunan jumlah deposito *mudharabah*.

### **C. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini fokus, maka penelitian ini dibatasi ruang lingkupnya sebagai berikut: Variabel bebas yang akan mempengaruhi jumlah deposito *mudharabah* yang akan diteliti adalah biaya promosi, bagi hasil dan inflasi. Bank yang menjadi penelitian ini adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Gebu Prima Medan yang mempublikasikan laporan keuangan triwulanan yaitu dari tahun 2014-2018.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah yang dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT. BPRS Gebu Prima Medan?
2. Apakah bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah* terhadap PT. BPRS Gebu Prima?
3. Apakah inflasi berpengaruh signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah* terhadap PT. BPRS Gebu Prima?
4. Apakah biaya promosi, bagi hasil, dan inflasi berpengaruh signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT. BPRS Gebu Prima?

### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT. BPRS Gebu Prima Medan triwulanan tahun 2014-2018.
2. Untuk mengetahui pengaruh bagi hasil terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT. BPRS Gebu Prima Medan tahun 2014-2018.
3. Untuk mengetahui pengaruh inflasi terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT. BPRS Gebu Prima Medan.
4. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi, bagi hasil, dan inflasi terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT. BPRS Gebu Prima Medan.

### **F. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti
 

Dari hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai dampak biaya promosi, bagi hasil, dan inflasi terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT. BPRS Gebu Prima Medan.
2. Bagi Perbankan Syariah
 

Hasil penelitian ini dapat dijadikan pedoman untuk mengambil keputusan terhadap biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melakukan promosi. Sehingga pada saat biaya yang dikeluarkan untuk promosi lebih besar maka terjadi pula peningkatan jumlah simpanan di PT BPRS Gebu Prima, bukan sebaliknya.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
 

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan informasi serta rujukan yang berhubungan dengan biaya promosi, bagi hasil, dan inflasi terhadap deposito *mudharabah*.
4. Bagi Masyarakat Umum
 

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan mengenai Perbankan Islam.

## BAB II

### KAJIAN TEORITIS

#### A. Landasan Teori

##### 1. Deposito *Mudharabah*

###### a. Pengertian Deposito *Mudharabah*

Bank syariah menghimpun dana masyarakat dalam bentuk investasi berupa produk deposito. Deposito (*Time Deposit*) merupakan salah satu tempat bagi nasabah untuk melakukan investasi dalam bentuk surat-surat berharga.

Deposito adalah produk bank yang ditujukan untuk menampung kelebihan dana masyarakat untuk jangka waktu tertentu. Sebelum jangka waktu yang disepakati (jatuh tempo) itu tidak bisa dicairkan kecuali dengan suatu penalty. Satuan dalam jangka waktu terkecil dalam deposito adalah 1 bulan. Kemudian berturut-turut 3 bulan, 6, 12, dan 24 bulan.<sup>1</sup>

Deposito menurut Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008 adalah investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan bank syariah dan/atau Unit Usaha Syariah (UUS).

Dalam fatwa Dewan Syariah Nasional No. 03/DSN-MUI/IV/2000, deposito terdiri atas dua jenis: pertama, deposito yang tidak dibenarkan secara prinsip syariah yaitu deposito yang berdasarkan perhitungan bunga. Kedua, deposito yang dibenarkan secara syariah yaitu deposito yang berdasarkan prinsip *Mudharabah*.

Deposito menurut Lukman Dendawijaya: “Deposito atau simpanan berjangka adalah simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu berdasarkan perjanjian”.<sup>2</sup>

*Mudharabah* berasal dari kata *dharb*, berarti memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah proses seseorang

---

<sup>1</sup>Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2018), h. 94

<sup>2</sup>Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), h. 50



memukulkan kakinya dalam menjalankan usaha.<sup>3</sup> Secara teknis, *Mudharabah* adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola.

Dalam kajian fikih, para ulama memberikan pengertian yang beragam tentang *mudharabah*. Menurut Mazhab Hanafiyah, *mudharabah* adalah suatu perjanjian perkongsian dalam keuntungan dengan modal dari salah satu pihak dan kerja (usaha) dari pihak lain. Menurut Malikiyah, *mudharabah* adalah seseorang menyerahkan harta kepada orang lain untuk digunakan dalam usaha perdagangan, pihak yang bekerja (yang disertai harta itu) berhak memperoleh sebagian dari keuntungan harta itu, yakni yang telah disepakati sebelumnya oleh kedua belah pihak: sepertiga, seperempat, atau setengah. Dalam *Irsyad al-Salik Ila Asyraf al-Masalik fi Fiqh al-Imam Malik* disebutkan bahwa *qiradh* adalah pertumbuhan harta yang dilakukan oleh pengelola melalui perdagangan dimana bagian keuntungan disepakati kedua pihak yang berakad dan pengelola merupakan orang kepercayaan selama tidak melampaui batas.<sup>4</sup>

Keuntungan usaha secara *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola, si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup>Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h. 25

<sup>4</sup>Marliyah, “*Strategi Pembiayaan Mudharabah Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Studi Kasus Perbankan Syariah di Sumatera Utara*” (Disertasi, Program Pascasarjana UIN SU Medan, 2016), h. 17.

<sup>5</sup>Antonio, *Bank Syariah.....*, h. 95.

Deposito *Mudharabah* merupakan dana investasi yang ditempatkan oleh nasabah yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu, misalnya deposito jangka waktu satu bulan, maka dapat dicairkan setelah satu bulan.<sup>6</sup>

Deposito *Mudharabah* adalah deposito berjangka yang menjadi salah satu dari elemen dana pihak ketiga yang merupakan investasi baik secara individu maupun perusahaan yang sesuai dengan prinsip syariah yakni *Mudharabah Mutlaqah*, yaitu simpanan dana masyarakat (pemilik dana/ *shahibul maal*) yang oleh bank syariah (*mudharib*) dapat dioperasikan untuk mendapatkan keuntungan, hasil keuntungan tersebut akan dilakukan bagi hasil antara pemilik dana dan pihak bank sesuai nisbah yang disepakati.

Deposito atas dasar prinsip *mudharabah* yaitu kesepakatan awal dibuat bukan atas bunga melainkan proporsi bagi hasil atas pengembangan dana deposito nasabah.<sup>7</sup>

Fitur dan mekanisme Tabungan Deposito berdasarkan *Mudharabah*:

- 1) Bank bertindak sebagai pengelola dana (*mudharib*) dan nasabah bertindak sebagai pemilik dana (*shahibul maal*).
- 2) Pengelola dana oleh bank dapat dilakukan sesuai batasan-batasan yang ditetapkan oleh pemilik dana (*mudharabah muqayyadah*). Atau dilakukan tanpa batasan-batasan dari pemilik dana (*mudharabah mutlaqah*).
- 3) Dalam *mudharabah muqayyadah* harus dinyatakan secara jelas syarat-syarat dan batasan tertentu yang ditentukan oleh nasabah.
- 4) Pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah yang disepakati.
- 5) Bank dapat membebankan kepada nasabah biaya administrasi berupa biaya-biaya yang terkait langsung dengan biaya pengelolaan rekening, antara lain biaya materai, cetak laporan transaksi dan saldo rekening, pembukaan dan penutupan rekening.

---

<sup>6</sup>Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, Cet. Ke-1, 2011), h. 91.

<sup>7</sup>Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha*, (Jakarta : Grasindo, 2005), h. 57.

- 6) Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan nasabah yang bersangkutan.<sup>8</sup>

Menurut Karmen Perwataatmadja dan Muhammad Syafi'i Antonio ada tiga sifat dari deposito *mudharabah*:

- 1) Deposito *mudharabah* atau lebih tepatnya deposito investasi *mudharabah* merupakan investasi melalui simpanan pihak ketiga (perseorangan atau badan hukum) yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu jatuh tempo, dengan mendapatkan imbalan bagi hasil.
- 2) Imbalan bagi hasil dalam bentuk berbagi pendapatan (*revenue sharing*) atas penggunaan dana tersebut secara syariah dengan proporsi pembagian katakanlah 70:30, 70% untuk deposan dan 30% untuk bank.
- 3) Jangka waktu deposito *mudharabah* berkisar antara 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan.

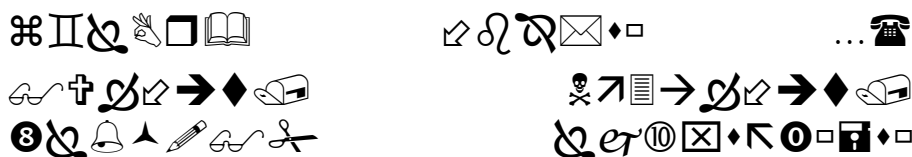
Maka dari itu pada saat pembukaan deposito berjangka, dalam formulir isian nasabah diberi pilihan, yaitu ARO dan non-ARO. ARO (Automated Roll Over), artinya deposito berjangka tersebut apabila telah jatuh tempo dapat diperpanjang secara otomatis oleh bank tanpa harus konfirmasi kepada pemegang deposito berjangka. Deposito berjangka yang ditandai dengan non-ARO artinya deposito berjangka yang tidak dapat diperpanjang secara otomatis, sehingga harus dicairkan pada saat jatuh tempo.<sup>9</sup>

## **b. Landasan Syariah Tentang Deposito *Mudharabah***

### **1) Al-Qur'an**

Secara umum, landasan syariah dari deposito ini adalah sebagai berikut :

Allah berfirman dalam Q.S Al-Baqarah 283 :



<sup>8</sup>Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, ( Jakarta: Kencana Prenada Media Group, cet-7, 2017), h. 73.

<sup>9</sup>Ismail, *Perbankan Syariah....*, h. 93.

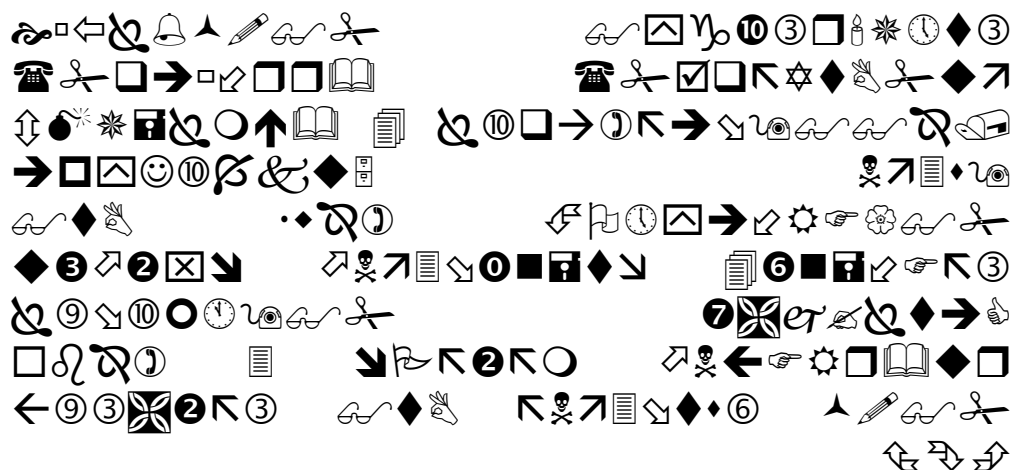


Artinya:

*“.....akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya.....”<sup>10</sup>*

Ayat tersebut menerangkan tentang pihak yang menitipkan hartanya kepada pihak lain. Allah menerangkan agar pihak yang dititipi amanat tersebut dapat memelihara amanat yang dimaksud dengan sebaik-baiknya. Kaitannya dengan deposito adalah dalam hal pengelolaan deposito tersebut. Pihak bank harus menjaga dan mengelola deposito nasabah tersebut dengan sebaik-baiknya dan sesuai akad yang telah disepakati sebelumnya. Sebagai contoh bank tidak dibolehkan untuk mengucurkan dana deposito tersebut kepada pembiayaan yang diharamkan dalam islam.

Dan Allah juga berfirman dalam Q.S Al-Maidah: 1



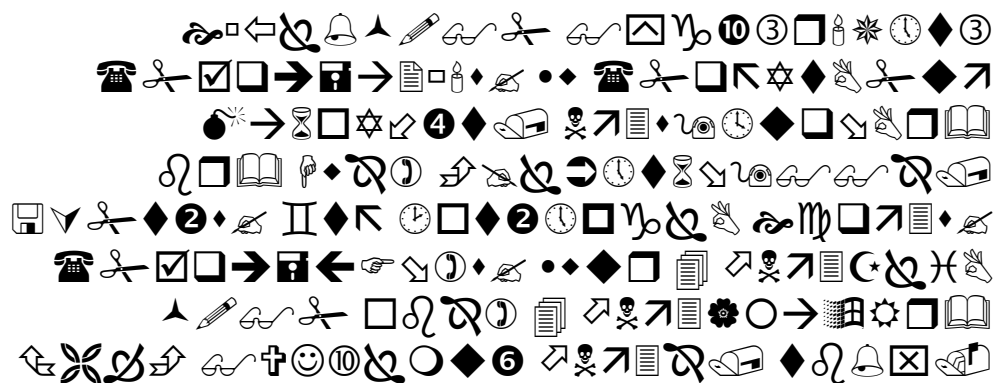
<sup>10</sup>Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: Diponegoro, 2010), h.71.

Artinya:

*“Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.”<sup>11</sup>*

Ayat tersebut menerangkan tentang pentingnya setiap pihak memenuhi akad-akad (perjanjian) yang telah disepakati sebelumnya. Adapun kaitannya dengan deposito adalah pentingnya kedua belah pihak baik nasabah ataupun bank memenuhi kesepakatan yang direfleksikan dalam bentuk akad untuk kedua belah pihak. Sebagai contoh, pihak bank harus memberikan porsi bagi hasil sesuai kesepakatan sebelumnya setiap bulannya kepada nasabah.

Allah juga berfirman dalam QS. An-Nisa’: 29



Artinya:

<sup>11</sup>Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung : Diponegoro, 1989), h.134.

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.”<sup>12</sup>*

## 2) Al-Hadits

كَانَ سَيِّدُنَا الْعَبَّاسُ بْنُ عَبْدِ الْمُطَّلِبِ إِذَا دَفَعَ الْمَالَ مُضَارَبَةً اشْتَرَطَ عَلَى صَاحِبِهِ أَنْ لَا يَسْلُكَ بِهِ بَحْرًا، وَلَا يَنْزِلَ بِهِ وَادِيًا، وَلَا يَشْتَرِيَ بِهِ دَابَّةً ذَاتَ كَبِدٍ رَطْبَةٍ، فَإِنْ فَعَلَ ذَلِكَ ضَمِنَ، فَبَلَغَ شَرْطُهُ (رواه الطبراني في الأوسط عن ابن عباس) عَلَيْهِ وَآلِهِ اللَّهُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى وَسَلَّمَ فَأَجَازَهُ

Artinya:

*“Diriwayatkan dari Ibnu Abbas ra, berkata ia: ada Sayyidina Abbas bin Abdul Muthalib ketika menyerahkan hartanya sebagai mudharabah, ia mensyaratkan kepada mudharibnya agar tidak mengarungi lautan dan tidak menuruni lembah, serta tidak membeli hewan ternak. Jika persyaratannya dilanggar, ia (mudharib) harus menanggung risikonya. Maka sampai persyaratan itu kepada Rasulullah saw, dan beliau memperbolehkannya. (HR Thabrani)”*

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبَرَكَةُ: الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ، صَهَبَ عَنِ الْمُقَارِضَةِ، وَخَلَطَ الْبُرَّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ (رواه ابن ماجه )

Artinya:

*“Tiga perkara yang mengandung berkah adalah jual-beli yang ditangguhkan, melakukan qiradh (memberi modal pada orang lain), dan yang mencampurkan gandum dengan jelas untuk keluarga, bukan untuk diperjualbelikan.” (HR. Ibnu Majah dari Shuhaib).”*

<sup>12</sup>Depag RI, Al-Qur'an..., h.102.



Para ulama sepakat bahwa sistem penanaman modal berdasarkan *mudharabah* ini dibolehkan. Diriwayatkan, sejumlah sahabat menyerahkan harta anak yatim kepada *mudharib* untuk dilakukan *mudharabah*. Di antara mereka ada Sayyidina Umar, Sayyidina Usman, Sayyidina Ali, Abdullah bin Mas'ud, Abdullah bin Umar, dan Sayyidah Aisyah. Tidak ada seorang pun di antara mereka yang mengingkarinya. Karena itu, hal tersebut dipandang sebagai *ijma'*. Dalam *Bidayah al-Mujtahid* disebutkan bahwa tidak ada perbedaan pendapat di kalangan kaum muslimin tentang bolehnya melakukan *qiradh*. *Qiradh* sudah ada sejak masa jahiliyah kemudian Islam mengakuinya.<sup>13</sup>

### c. Akad-Akad Deposito pada Bank Syariah

Berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh pihak pemilik dana, terdapat 2 (dua) bentuk *mudharabah*, yakni:<sup>14</sup>

#### 1) *Mudharabah Mutlaqah (Unrestricted Investment Account, URIA)*

Dalam deposito *Mudharabah Mutlaqah (URIA)*, pemilik dana tidak memberikan batasan atau persyaratan tertentu kepada Bank Syariah dalam mengelola investasinya, baik yang berkaitan dengan tempat, cara maupun objek investasinya. Dengan kata lain, Bank Syariah mempunyai hak dan kebebasan sepenuhnya dalam menginvestasikan dana URIA ini ke berbagai sektor bisnis yang diperkirakan akan memperoleh keuntungan.

Dengan menghitung bagi hasil deposito *Mudharabah Mutlaqah (URIA)*, basis perhitungan adalah hari bagi hasil sebenarnya, termasuk tanggal tutup buku, namun tidak termasuk tanggal pembukaan deposito *Mudharabah Mutlaqah (URIA)* dan tanggal jatuh tempo. Sedangkan jumlah hari dalam sebulan yang menjadi angka penyebut/ angka pembagi adalah hari kalender bulan yang bersangkutan (28 hari, 29 hari, 30 hari, 31 hari).

#### 2) *Mudharabah Muqayyadah (Restricted Investment Account, RIA)*

---

<sup>13</sup>Marliyah, "Strategi Pembiayaan Mudharabah..... h. 23.

<sup>14</sup>Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: Raja Grafindo, Edisi ke-5, Cet-11, 2016), h. 364

Berbeda halnya dengan deposito *Mudharabah Mutlaqah (URIA)*, dalam deposito *Mudharabah Mutlaqah (RIA)*, pemilik dana memberikan batasan atau persyaratan tertentu kepada Bank Syariah dalam mengelola investasinya, baik yang berkaitan dengan tempat, cara, maupun objek investasinya. Dengan kata lain, Bank Syariah tidak mempunyai hak dan kebebasan sepenuhnya dalam menginvestasikan dana RIA ini ke berbagai sektor bisnis yang diperkirakan akan memperoleh keuntungan.

## **2. Biaya Promosi**

### **a. Pengertian Biaya Promosi**

Biaya adalah merupakan obyek yang dicatat, digolongkan, diringkas dan disajikan oleh akuntansi biaya. Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.<sup>15</sup>

Menurut Supriyono, biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan atau revenue yang akan dipakai sebagai pengurangan penghasilan.<sup>16</sup>

Produk sudah diciptakan, harga juga sudah ditetapkan, dan tempat (lokasi dan layout sudah disediakan), artinya produk sudah benar-benar siap untuk dijual. Agar produk tersebut laku dijual ke masyarakat atau nasabah, maka masyarakat perlu tahu kehadiran produk tersebut, berikut manfaat, harga, di mana dapat diperoleh dan kelebihan produk dibandingkan produk pesaing. Cara untuk memberitahukan kepada masyarakat adalah melalui sarana promosi.

---

<sup>15</sup>Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, (Yogyakarta: STIE Yayasan Keluarga Pahlawan Negara, Edisi 5, Cet-3, 1993), h. 8.

<sup>16</sup>Supriyono, *Akuntansi Biaya: Perencanaan dan Pengendalian Biaya Serta Pembuatan Keputusan*, (Yogyakarta: BPPE, Edisi Ke-2, Buku Ke-2, 2000), h. 16.

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.<sup>17</sup>

Menurut Lupiyoadi, promosi merupakan salah satu variabel yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen.<sup>18</sup>

Berdasarkan uraian mengenai promosi, maka dapat disimpulkan bahwa promosi itu bertujuan untuk memberitahu, membujuk, mengubah tingkah laku serta meningkatkan calon konsumen agar membeli produk yang ditawarkan, atau dengan kata lain bahwa promosi itu adalah salah satu kegiatan dalam bidang pemasaran dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah penjualan dengan mempengaruhi konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Jadi di dalam mencapai tujuan dan sasaran yang ada pada kegiatan promosi maka perusahaan berusaha sebaik mungkin untuk memilih kombinasi yang terbaik untuk meningkatkan penjualan serta *market share*nya.

Menurut Freddy Rangkuti, Biaya promosi adalah “Biaya pemasaran atau penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke tangan konsumen”.<sup>19</sup> Menurut Henry Simamora dalam bukunya yang berjudul *Akuntansi Manajemen* menjelaskan biaya promosi merupakan “Sejumlah dana yang dikucurkan perusahaan ke dalam promosi untuk meningkatkan penjualan”.<sup>20</sup>

---

<sup>17</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, Cet. Ke-2, 2005), h. 175.

<sup>18</sup>Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), h. 120.

<sup>19</sup>Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: GramediaPustakaUtama,2009), h. 205.

<sup>20</sup>Simamora, *Akuntansi Manajemen.....*, h. 762.

Jadi dari pengertian – pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa biaya promosi adalah biaya yang dialokasikan oleh perusahaan untuk mengenalkan barang/jasa kepada konsumen untuk meningkatkan penjualan perusahaan.

#### **b. Fungsi dan Tujuan Promosi**

Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya.<sup>21</sup>

Fungsi promosi menurut Basu Swastha dan Irawan, Dua elemen mewakili bagian utama dalam sebuah komunikasi yaitu: pengiriman dan penerimaan. Dua lainnya mewakili sebagai perangkat komunikasi utama yaitu pesan dan media. Empat lainnya mewakili fungsi komunikasi utama yaitu penyampaian, penerimaan, respon dan umpan balik. Elemen terakhir adalah gangguan dalam sistem.

Promosi mempunyai tiga fungsi utama yakni:

- 1) Menciptakan perhatian konsumen, perhatian ini harus diperoleh karena merupakan titik awal proses pengambilan keputusan-keputusan pembelian barang dan jasa.
- 2) Menumbuhkan minat pada diri konsumen. Sehingga memberikan rasa tertarik atas barang dan jasa yang tawarkan.
- 3) Mengembangkan rasa ingin memiliki produk tersebut, sehingga konsumen semakin dekat untuk membeli suatu produk.

Tujuan promosi menurut Basu Swastha dan Irawan, Setiap perusahaan bebas memiliki cara promosi yang cocok untuk produk yang ditawarkan dimana

---

<sup>21</sup>*Ibid.*, h. 175.

besar kecilnya suatu promosi tergantung dari besarnya dana promosi, sifat promosi, sifat pasar, serta jenis produk yang akan dipromosikan, Berikut dijelaskan beberapa tujuan promosi yakni:

1) Memodifikasi tingkah laku

Tujuan promosi adalah berusaha mengubah tingkah laku yang ada kemudian penjual sebagai sumber yang selalu berusaha menciptakan kesan baik tentang produk yang ditawarkannya supaya pembeli membeli barang atau jasa perusahaan.

2) Memberi tahu

Kegiatan promosi dapat ditujukan untuk memberi tahu pada yang dituju tentang produk yang ditawarkan perusahaan karena sebagian orang tidak akan membeli barang sebelum mereka mengetahui produk tersebut serta faedahnya. Promo bersifat informasi penting bagi konsumen karena dapat membantu konsumen dalam mengambil keputusan.

3) Membujuk (*persuasif*)

Disini kegiatan promosi dilakukan untuk mempertahankan merek produk supaya melekat di hati masyarakat. Jadi di sini perusahaan paling tidak berupaya untuk mempertahankan pembelinya yang sudah ada.

4) Mengingatkan

Dalam hal ini, terutama diarahkan untuk mendorong pembeli. Perusahaan di sini tidak ingin memperoleh tanggapan secepatnya, tapi lebih mengutamakan untuk menciptakan agar dapat member pengaruh terhadap perilaku pribadi.<sup>22</sup>

**c. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Biaya Promosi**

Biaya promosi untuk setiap jenis produk maupun industri adalah berbeda-beda. Pada umumnya periklanan dan *personal selling* merupakan alat promosi utama untuk barang dan jasa.

---

<sup>22</sup>Mastura, *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Kayu Ukir Pada UD. Bahati Jaya Teluk Lerong di Samarinda*. Ilmu Administrasi Bisnis. Vol. 4 No.1, 2016, h. 53.

Menurut Swastha dan Irawan faktor-faktor yang mempengaruhi biaya promosi adalah sebagai berikut:

1) Jumlah dana

Jumlah dana yang tersedia merupakan faktor penting yang mempengaruhi biaya promosi. Perusahaan yang memiliki dana yang lebih besar, kegiatan promosinya akan lebih efektif dibandingkan dengan perusahaan yang hanya mempunyai sumber dana yang terbatas.

2) Sifat pasar

Beberapa macam sifat pasar yang mempengaruhi promosi ini meliputi:

- a) Luas pasar secara geografis, Perusahaan yang hanya memiliki pasar lokal sering mengadakan kegiatan promosi yang berbeda dengan perusahaan yang memiliki pasar nasional atau internasional.
- b) Konsentrasi pasar, Konsentrasi pasar ini dapat mempengaruhi strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan terhadap : jumlah calon pembeli, jumlah pembeli potensial yang macam-macamnya berbeda, dan konsentrasi secara nasional. Perusahaan yang hanya memusatkan penjualannya pada satu kelompok pembeli saja, maka penggunaan alat promosinya akan berbeda dengan perusahaan yang menjual pada semua kelompok pembeli.
- c) Macam pembeli, Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan juga oleh objek atau sasaran dalam kampanye penjualannya.

3) Jenis produk

Faktor lain yang turut mempengaruhi strategi promosi perusahaan adalah jenis produknya, apakah barang konsumsi atau barang industri. Produk konsumsi juga bermacam-macam misalnya *convenience shopping* atau barang special. Biasanya untuk barang *convenience* mengandalkan periklanan, sedangkan strategi untuk barang industri menggunakan penjualan pribadi.

4) Tahap daur hidup produk

Ada empat tahap daur hidup suatu produk yaitu :

- a) Tahap pengenalan



Tahap ini perusahaan memasuki daerah perusahaan yang baru, sehingga kegiatan promosi lebih ditonjolkan.

b) Tahap pertumbuhan

Tahap ini kegiatan promosi yang dilakukan untuk menstimulasi permintaan selektif terhadap merek tertentu dan menekankan pentingnya periklanan.

c) Tahap kedewasaan

Pada tahap ini perusahaan menghadapi persaingan yang sangat tajam yang mengharuskan perusahaan menyediakan dana yang besar untuk promosi.

d) Tahap penurunan

Situasi pasar tahap ini ditandai dengan menurunnya tingkat laba dan penjualan, maka promosi harus dikurangi.<sup>23</sup>

Perlu diketahui pula standar biaya promosi/iklan yang terjadi di pasar media iklan misalnya:

- 1) Tarif iklan per milimeter kolom dari berbagai surat kabar yang terbit baik di Jakarta maupun di daerah baik untuk berwarna ataupun hitam putih.
- 2) Tarif pembuatan *art design* untuk advertasi oleh *advertizing agent*/ biro iklan.
- 3) Tarif iklan di televisi swasta untuk tiap spot baik pada *prime time*, *non prime time*.
- 4) Biaya pembuatan materi iklan untuk setiap spot.
- 5) Jenis-jenis souvenir yang akan diberikan dan standar harga yang berlaku di pasar. Hal ini dapat diketahui dengan dimintakan tender kepada para *supplier* untuk pengajuan tawaran harga.
- 6) Tarif siaran iklan di radio untuk tiap menit baik pada *prime time*/ *non prime time*.
- 7) Pajak pemasangan papan reklame/billboard di jalan protokol, di jalan tol dan lain-lain.

---

<sup>23</sup>*Ibid.*, h. 54.

- 8) Rata-rata harga sarana promosi *outdoor* misalnya untuk 1 *shelter* bus/ 1 tahun, untuk jembatan penyeberangan di jalan protokol baik di Jakarta maupun di luar Jakarta.
- 9) Tarif-tarif untuk *entertainment* di Restoran/Hotel.
- 10) Tarif penyewaan ruangan (*function room*) untuk resepsi di hotel-hotel berbintang di Jakarta ataupun di daerah.
- 11) Biaya penyelenggaraan untuk suatu kegiatan olahraga, misalnya golf *tournament*, pertandingan tenis dan lain-lain.

Dengan diketahuinya kegiatan promosi yang akan dilakukan baik dalam volume *audience* yang ingin dicapai, frekuensi yang akan dilakukan, jenis media yang akan dipakai serta telah diketahuinya tarif iklan, promosi untuk masing-masing media media tersebut di atas tentu akan mempermudah penyusunan biaya pemasaran yang akan dilakukan oleh suatu bank.

### 3. Bagi Hasil

#### a. Pengertian Bagi Hasil

Sebagai alternatif sistem bunga dalam ekonomi konvensional, ekonomi islam menawarkan sistem bagi hasil (*profit and loss sharing*) ketika pemilik modal (*surplus spending unit*) bekerja sama dengan pengusaha (*deficit spending unit*) untuk melakukan kegiatan usaha. Apabila kegunaan usaha menghasilkan, keuntungan dibagi berdua, dan apabila kegiatan usaha menderita kerugian, kerugian ditanggung bersama. Sistem bagi hasil menjamin adanya keadilan dan tidak ada pihak yang tereksplotasi (didzalimi). Sistem bagi hasil dapat berbentuk musyarakah atau *mudharabah* dengan variasinya.

Dalam perekonomian konvensional, sistem riba, *fiat money*, *commodity money*, *fractional reserve system* dalam perbankan, dan pembolehan spekulasi menyebabkan penciptaan uang (kartal dan giral) dan tersedotnya uang disektor moneter untuk mencari keuntungan tanpa resiko. Akibatnya, uang atau investasi yang seharusnya tersalur ke sektor riil untuk tujuan produktif sebagian besar lari ke sektor moneter dan menghambat pertumbuhan bahkan menyusutkan sektor riil.



Mekanisme perhitungan bagi hasil itu terdiri dari dua bentuk:

1) Bagi Hasil Dengan Menggunakan *Revenue Sharing*

Dasar perhitungan bagi hasil yang menggunakan *revenue sharing* adalah perhitungan bagi hasil yang didasarkan atas penjualan dan/atau pendapatan kotor atas usaha sebelum dikurangi dengan biaya. Bagi hasil dalam *revenue sharing* dihitung dengan mengalikan nisbah yang telah disetujui dengan pendapatan bruto.

2) Bagi Hasil Dengan Menggunakan *Profit/Loss Sharing*

Dasar perhitungan bagi hasil dengan menggunakan *profit/loss sharing* merupakan bagi hasil yang dihitung dari laba/rugi usaha. Kedua pihak, bank syariah maupun nasabah akan memperoleh keuntungan atas hasil usaha mudharib dan ikut menanggung kerugian bila usahanya mengalami kerugian.<sup>26</sup>

Contoh kedua mekanisme perhitungan bagi hasil

- 1) Sistem *profit sharing*; shahibul al-mal-nya ialah nasabah yang deposito Rp 10.000.000,00 uang ini dikelola bank syariah, sehingga memperoleh pendapatan Rp 3.000.000,00 dengan biaya-biaya yang dikeluarkan bank senilai Rp 1.000.000,00. Ini berarti keuntungan bersihnya ialah Rp 2.000.000,00. Dengan nisbah 40:60, maka nasabah akan mendapatkan bagi hasil sebanyak  $40\% \times \text{Rp } 2.000.000,00 = \text{Rp } 800.000,00$ , dan bank akan mendapatkan  $60\% \times \text{Rp } 2.000.000,00 = \text{Rp } 1.200.000,00$ . Menurut analisis para ilmuwan, bagi hasil untuk depositan mengikuti cara ini adalah kurang kompetitif ketika bunga deposito tinggi.
- 2) Kalau dibandingkan pula dengan sistem bagi pendapatan (*revenue sharing*) dengan gambaran angka-angka seperti di atas. Nasabah akan mendapatkan bagi hasilnya sebanyak  $40\% \times \text{Rp } 3.000.000,00 = \text{Rp } 1.200.000,00$  sedangkan bank syariah akan memperoleh  $60\% \times \text{Rp } 3.000.000,00 = \text{Rp } 1.800.000,00$ ,

---

<sup>26</sup>Ismail, *Perbankan Syariah*.... h. 99.

walaupun bank masih perlu mengeluarkan biaya-biaya sebanyak Rp 1.000.000,00 sehingga keuntungan bersih bank ialah Rp 800.000,00.<sup>27</sup>

Kesimpulan dari gambaran tersebut adalah sistem bagi pendapatan lebih memberikan keuntungan bagi *shahibul al-mal*. Namun kenyataannya, banyak bank syariah yang menggunakan sistem *revenue sharing* pada posisi bank sebagai *shahibul al-mal* (pemodal), dan menggunakan sistem bagi untung bersih (profit sharing) pada saat bank sebagai *mudharib* (pengelola), walaupun dalam keadaan tertentu, ketika bunga lebih tinggi untuk tabungan atau deposito dari bagi hasil pada bank syariah, pihak bank akan memberikan subsidi dari pendapatannya untuk mengimbangi persaingan dengan bank konvensional.

Akad sistem bagi hasil adalah terdiri atas orang yang berakad, modal, keuntungan, kerja dan kadang tidak hanya terbatas pada rukun sebagaimana yang dikemukakan Ulama Hanafiyah, akan tetapi, Ulama Hanafiyah memasukkan rukun-rukun yang disebutkan Jumhur Ulama itu, selain ijab dan qabul sebagai syarat akad sistem bagi hasil. Adapun syarat-syarat sistem bagi hasil, sesuai dengan rukun yang dikemukakan Jumhur Ulama di atas adalah:

- 1) Orang yang berakad harus cakap bertindak hukum dan cakap diangkat sebagai wakil.
- 2) Mengenai modal disyariatkan.
- 3) Berbentuk uang.
- 4) Jelas jumlahnya.
- 5) Tunai, dan diserahkan sepenuhnya kepada mudharib (pengelola). Oleh karenanya jika modal itu berbentuk barang, menurut Ulama Fiqh tidak dibolehkan, karena sulit untuk menentukan keuntungannya.

Keuntungan disyariatkan bahwa pembagian keuntungan harus jelas. Dalam menjalankan sistem bagi hasil dalam perbankan syariah ada beberapa tahapan yang harus diperhatikan, yaitu:

- 1) Modal
- 2) Manajemen

---

<sup>27</sup>Syukri Iska, *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia: dalam prespektif Fikih Ekonomi* (Yogyakarta: Fajar Media, Press, 2012), h. 113.

- 3) Jangka waktu
- 4) Jaminan
- 5) Pembagian laba-rugi

#### c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bagi Hasil

##### Faktor Langsung

Diantara faktor-faktor langsung (*direct factors*) yang mempengaruhi perhitungan bagi hasil adalah *investment rate*, jumlah dana yang tersedia, dan nisbah bagi hasil (*profit sharing ratio*).

- 1) *Investment rate* merupakan persentase aktual dana yang diinvestasikan dari total dana. Jika bank menentukan *investment rate* sebesar 80 persen, hal ini berarti 20 persen dari total dana dialokasikan untuk memenuhi likuiditas.
- 2) Jumlah dana yang tersedia untuk diinvestasikan merupakan jumlah dana dari berbagai sumber dana yang tersedia untuk diinvestasikan. Dana tersebut dapat dihitung dengan menggunakan salah satu metode:
  - a) Rata-rata saldo minimum bulanan.
  - b) Rata-rata total saldo harian.

*Investment rate* dikalikan dengan jumlah dana yang tersedia untuk diinvestasikan akan menghasilkan jumlah dana aktual yang digunakan.

- 3) Nisbah (*profit sharing ratio*)
  - a) Salah satu ciri *al mudharabah* adalah nisbah yang arus ditentukan dan disetujui pada awal perjanjian.
  - b) Nisbah antara satu bank dengan bank lainnya dapat berbeda.
  - c) Nisbah juga dapat berbeda dari waktu ke waktu dalam satu bulan, misalnya deposito 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan.
  - d) Nisbah juga dapat berbeda antara satu *account* dengan *account* yang lainnya sesuai dengan besarnya dana dan jatuh temponya.

##### Faktor Tidak Langsung

- 1) Penentuan butir-butir pendapatan dan biaya *mudharabah*



- a) Bank dan nasabah melakukan *share* dalam pendapatan dan biaya (*profit and sharing*). Pendapatan yang “dibagi-hasilkan” merupakan pendapatan yang diterima dikurangi biaya-biaya.
  - b) Jika semua biaya ditanggung bank, maka hal ini disebut *revenue sharing*.
- 2) Kebijakan akuntansi (prinsip dan metode akunting)

Bagi hasil secara tidak langsung dipengaruhi oleh berjalannya aktivitas yang diterapkan, terutama sehubungan dengan pengakuan pendapatan dan biaya.<sup>28</sup>

#### **d. Pembayaran Bagi Hasil**

Pembayaran bagi hasil akan diberikan oleh bank syariah sesuai dengan jenis investasi *mudharabah*. Bagi hasil untuk tabungan *mudharabah* akan dibayarkan oleh bank syariah setiap akhir bulan. Dasar perhitungannya yaitu berasal dari total investasi *mudharabah*, rata-rata pengendapan saldo tabungan *mudharabah*, rata-rata pembiayaan, dan pendapatan riil pada bulan laporan.

Bagi hasil untuk investasi *mudharabah* yang berasal dari deposito dibayarkan pada tanggal valuta, tanggal pada saat deposito ditempatkan. Bagi hasil untuk deposito *mudharabah*, dilakukan setiap bulan, meskipun jangka waktu deposito *mudharabah* adalah 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan, maupun 24 bulan. Dasar perhitungannya adalah data keuangan pada bulan laporan. Misalnya, deposito berjangka dengan jangka waktu 3 bulan yang ditempatkan pada tanggal 11 Februari, maka pembayaran bagi hasil dimulai pada tanggal 11 Maret. Dasar perhitungannya adalah laporan keuangan per 28 Februari.<sup>29</sup>

### **4. Inflasi**

#### **a. Pengertian Inflasi**

Dalam banyak literatur disebutkan bahwa inflasi didefinisikan sebagai kenaikan harga umum secara terus menerus dari suatu perekonomian. Sedangkan menurut Rahardja dan Manurung mengatakan bahwa, inflasi adalah gejala kenaikan harga barang-barang yang bersifat umum dan terus menerus. Sedangkan

---

<sup>28</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah bagi Bankir & Praktisi Keuangan*, (Tazkia Institute, cet-1, 1999), h. 237.

<sup>29</sup>Ismail, *Perbankan Syariah...*, h. 103.

menurut Sukirno inflasi yaitu, kenaikan dalam harga barang dan jasa, yang terjadi karena permintaan bertambah lebih besar dibandingkan dengan penawaran barang di pasar. Dengan kata lain, terlalu banyak uang yang memburu barang yang terlalu sedikit. Infasi biasanya menunjuk pada harga-harga konsumen, tapi bisa juga menggunakan harga-harga lain (harga perdagangan besar, upah, harga, aset dan sebagainya).<sup>30</sup>

Campbell R. McConnell dan Stanley L. Brue mengemukakan, inflasi adalah *a rise in the general level of price*. Inflasi (*inflation*) adalah gejala yang menunjukkan kenaikan tingkat harga umum yang berlangsung terus-menerus. Kenaikan harga tersebut dimaksudkan bukan terjadi sesaat. Dari pengertian tersebut, maka apabila terjadi kenaikan harga hanya bersifat sementara, tidak dapat dikatakan inflasi. Misalnya, harga barang-barang naik menjelang lebaran atau hari libur lainnya. Karena ketika lebaran usai harga barang kembali ke kondisi semula, maka harga seperti itu tidak dianggap sebagai inflasi. Inflasi juga berkaitan dengan kenaikan harga secara umum, artinya, kenaikan harga satu jenis barang maupun jasa juga tidak termasuk inflasi, misalnya pada musim lebaran harga tiket pesawat naik. Taqyuddin Ahmad ibn al-Maqrizi (1364-1441) menyatakan, seperti yang dikutip Euis Amalia dalam bukunya *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam dari masa Klasik Hingga Kontemporer*, bahwa inflasi terjadi ketika harga-harga secara umum mengalami kenaikan yang berlangsung secara terus-menerus. Pada saat itu, persediaan barang dan jasa mengalami kelangkaan, sementara konsumen harus mengeluarkan lebih banyak uang untuk sejumlah barang dan jasa yang sama.<sup>31</sup>

Untuk jenis inflasi sendiri digolongkan menjadi tiga bagian, yaitu:

1) *Penggolongan inflasi berdasarkan atas parah tidaknya inflasi tersebut.*

- a) Inflasi ringan (dibawah 10% setahun).
- b) Inflasi sedang (antara 10%-30% setahun).

---

<sup>30</sup>Nurul Huda et al., *Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoretis*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), h.175.

<sup>31</sup>Rozalinda, *Ekonomi Islam : Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), h. 298.

c) Inflasi berat (antara 30%-100% setahun).

d) Hiperinflasi (diatas 100% setahun).

2) *Penggolongan inflasi atas dasar sebab musabab awal dari inflasi.*

a) Inflasi yang timbul karena permintaan masyarakat akan berbagai barang terlalu kuat, dimana infasi ini disebut *demand inflation*.

b) Inflasi yang timbul karena kenaikan ongkos produksi, yang disebut dengan *cost inflation*.

3) *Penggolongan inflasi berdasarkan asal dari inflasi*

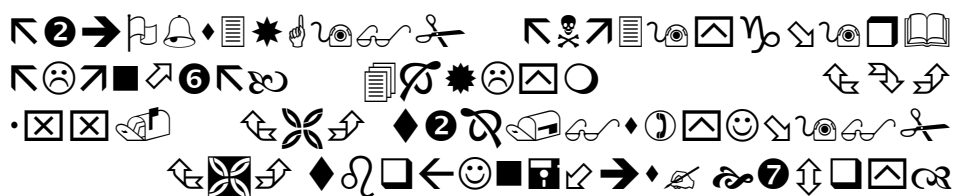
a) Inflasi yang berasal dari dalam negeri (*domestic inflation*). Inflasi yang berasal dari dalam negeri timbul misalnya karena defisit anggaran belanja yang dibiayai dengan percetakan uang baru yang gagal.

b) Inflasi yang berasal dari luar negeri (*imported inflation*). Inflasi yang berasal dari luar negeri adalah inflasi yang timbul karena kenaikan harga-harga (inflasi) diluar negeri atau di negara-negara langganan berdagang negara kita.

c) Kenaikan harga barang-barang ekspor berarti kenaikan penghasilan eksportir (dan juga produsen barang-barang ekspor tersebut) naik.<sup>32</sup>

### **b. Landasan Syariah Tentang Inflasi**

Dalam rangka membatasi keinginan konsumtif manusia, beberapa ayat Al-Qur'an telah memberikan peringatan tegas dalam Q.S. At-Takatsur : 1-3



Artinya:

“Bermegah-megahan telah melalaikan kamu, sampai kamu masuk ke dalam kubur, janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu)”<sup>33</sup>

<sup>32</sup>Muchdarsyah Sinungan, *Uang dan Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1995), h.49.

<sup>33</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung : Sygma Examedia, 2009), h.600.

Bagi umat islam, dalam surah At-Takatsur tersebut seharusnya bisa menjadi pegangan dalam bemuamalah yaitu interaksi antar sesama manusia untuk memenuhi kebutuhannya, baik secara perorangan, berbangsa, dan bernegara, maupun antar Negara. Timbulnya sebagai masalah perekonomian tidak terlepas dengan upaya-upaya manusia untuk mendapatkan kemewahan duniawi sehingga melanggar prinsip-prinsip ekonomi dalam Islam.

### **c. Faktor-Faktor yang Menyebabkan Inflasi**

Ada tiga sektor yang memungkinkan menjadi penyebab timbulnya inflasi, yaitu sektor impor/ekspor, sektor tabungan/investasi dan sektor penerimaan dan pengeluaran pemerintah. Apabila import suatu negara lebih besar dari ekspornya maka akan ada tekanan inflasi. Tekanan inflasi yang terjadi diakibatkan oleh semakin besarnya jumlah uang yang beredar di dalam negeri karena penerimaan devisa dari luar negeri. Demikian pula jika investasi suatu negara lebih besar dari tabungannya sehingga untuk membiayai investasi yang lebih besar dari tabungan tersebut harus dikeluarkan uang baru maka akan timbul tekanan inflasi. Begitu juga apabila anggaran belanja suatu negara mengalami defisit, artinya pengeluaran pemerintah lebih besar dari penerimaannya, sehingga untuk menutupi pengeluaran yang lebih besar itu harus dikeluarkan uang baru maka akan ada tekanan inflasi. Apabila dari ketiga sektor ini terjadi tekanan inflasi maka kedapatanlah inflasi yang sesungguhnya.<sup>34</sup>

Jika dari sudut yang lain dapat pula dikatakan bahwa inflasi itu ditimbulkan dua sektor yaitu: sektor pemerintah dan sektor partikular. Sektor pemerintah dapat menimbulkan inflasi, hal lain terjadi apabila pengeluaran pemerintah lebih besar dari penerimaannya. Jadi apabila penerimaan pemerintah lebih kecil daripada pengeluarannya sehingga untuk membiayai pengeluaran yang lebih besar itu terpaksa dikeluarkan uang baru baik dengan jalan mengadakan pinjaman ke bank sentral atau bank dagang ataupun dengan mengeluarkan sendiri uang kertas pemerintah yang baru akan menyebabkan timbulnya inflasi, apabila pertambahan uang baru itu tidak diimbangi oleh naiknya jumlah barang-barang.

---

<sup>34</sup>*Ibid.*, h. 84-85.

Demikian pula sektor partikular dapat menimbulkan inflasi. Misalnya uang yang beredar dalam masyarakat akan bertambah apabila bank-bank mengeluarkan kredit yang besar untuk memenuhi permintaan pinjaman sektor partikular berhubung dengan kegiatan-kegiatannya di lapangan investasi dan noninvestasi.<sup>35</sup>

#### **d. Solusi Inflasi dalam Prespektif Ekonomi Islam**

Secara teori, inflasi tidak dapat dihapus dan dihentikan. Namun, laju inflasi dapat ditekan sedemikian rupa. Islam sebetulnya punya solusi menekan laju inflasi, seperti yang telah dikemukakan oleh tokoh-tokoh ekonomi islam klasik. Misalnya Al-Ghazali menyatakan, pemerintah mempunyai kewajiban menciptakan stabilitas nilai uang. Dalam hal ini, Al-Ghazali membolehkan penggunaan uang yang bukan berasal dari logam mulia, seperti dinar dan dirham dengan mencetak fulus, tetapi dengan syarat pemerintah wajib menjaga stabilitas nilai tukarnya dan pemerintah memastikan tidak ada spekulasi dalam bentuk perdagangan uang.

Ibnu Taimiyah juga mempunyai solusi terhadap inflasi. Ia sangat menentang keras terhadap terjadinya penurunan nilai mata uang dan percetakan uang yang berlebihan. Ia berpendapat, pemerintah seharusnya mencetak uang harus sesuai dengan nilai yang adil atas transaksi masyarakat dan tidak memunculkan kezaliman terhadap mereka. Ini berarti Ibnu Taimiyah menekankan bahwa percetakan uang harus seimbang dengan transaksi pada sektor riil. Sebaiknya uang dicetak hanya pada tingkat minimal yang dibutuhkan untuk bertransaksi.<sup>36</sup>

Dalam Islam tidak dikenal dengan inflasi, karena mata uang yang dipakai adalah dinar dan dirham, yang mana mempunyai nilai yang stabil dan dibenarkan oleh Islam. Penurunan nilai dinar dan dirham memang masih mungkin terjadi, yaitu ketika nilai emas yang menopang nilai nominal dinar itu mengalami penurunan. Diantaranya akibat ditemukannya emas dalam jumlah yang besar, tapi keadaan ini kecil sekali kemungkinannya.

---

<sup>35</sup>*Ibid.*

<sup>36</sup>Rozalinda, *Ekonomi Islam : Teori dan Aplikasinya.....*, h. 312

Dalam Ekonomi Islam menjelaskan tentang kebijakan-kebijakan inflasi dalam perspektif Islam, yaitu:

#### 1) Kebijakan Fiskal

Dalam pemikiran Islam menurut An-Nabahan, pemerintah merupakan lembaga formal yang mewujudkan dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada semua masyarakatnya. Tanggung jawab dan tugas pemerintah dalam perekonomian diantaranya mengawasi faktor utama penggerak perekonomian, misalnya mengawasi praktek produksi dan jual beli, melarang praktek yang tidak benar atau diharamkan, dan mematok harga kalau memang dibutuhkan.

Majid mengatakan bahwa, untuk mewujudkan masyarakat yang sejahtera, pemerintah menggunakan dua kebijakan yaitu kebijakan fiskal dan kebijakan moneter. Kebijakan-kebijakan tersebut telah dipraktekkan yaitu sejak zaman Rasulullah dan *Khulafaur Rasyidin* yang kemudian dikembangkan oleh para ulama.

Tujuan dari kebijakan fiskal dalam Islam adalah untuk menciptakan stabilitas ekonomi, tingkat pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan pemerataan pendapatan, ditambah dengan tujuan lain yang terkandung dalam aturan Islam yaitu Islam menetapkan pada tempat yang tinggi akan terwujudnya persamaan dan demokrasi, ekonomi Islam akan dikelola untuk membantu dan mendukung ekonomi masyarakat yang terbelakang dan untuk memajukan serta menyebarkan ajaran Islam seluas mungkin.

#### 2) Kebijakan Moneter

Administrasi yang baik terbukti menimbulkan kepercayaan bagi rakyat pembayar zakat dan sebaliknya jika administrasinya tidak baik maka banyak rakyat yang tidak percaya. Disisi pengeluaran, pembangunan infrastruktur mendapat perhatian besar, APBN jarang sekali mengalami defisit yaitu pengeluaran hanya dapat dilakukan bila ada penerimaan. Dengan administrasi yang baik ini dan dengan instrumen yang ada dalam kebijakan fiskal, maka akan berpengaruh dalam pembangunan ekonomi. Dalam mendorong pertumbuhan ekonomi sekaligus stabilitas, Islam tidak menggunakan

instrumen bunga atau ekspansi moneter melalui pencetakan uang baru atau defisit anggaran. Yang dilakukan adalah mempercepat perputaran uang dan pembangunan infrastruktur sektor riil.

Pada zaman Rasulullah dan *Khulafaur Rasyidin* kebijakan moneter dilaksanakan tanpa menggunakan instrumen bunga sama sekali. Dalam perekonomian kapitalis tingkat bunga seringkali berfluktuatif, uang yang sengaja hanya disimpan pun akan terus menerus berubah. Penghapusan bunga dan kewajiban membayar zakat sebesar 2,5% setahun tidak hanya dapat meminimalisasikan permintaan spekulatif akan uang maupun penyimpanan uang yang diakibatkan oleh tingkat bunga diatas, melainkan juga memberikan stabilitas yang lebih tinggi terhadap permintaan uang.<sup>37</sup>

## **5. Hubungan antar Variabel Independen dan Variabel Dependen**

### **a. Pengaruh Biaya Promosi terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah***

Menyadari besarnya potensi sumber dana yang ada di masyarakat. Setiap bank berlomba menciptakan produk dana unggulannya dengan berbagai macam spesifikasi yang berusaha untuk memenuhi selera dari masyarakat. Di samping itu juga disertai dengan usaha promosi yang sangat gencar di berbagai media baik dalam bentuk advertensi di surat kabar, majalah, televisi, radio, audiovisual lainnya. Maupun dalam bentuk *out door promotion*, serta tidak kalah hebatnya dengan pemberian berbagai macam hadiah, maupun pemberian suku bunga yang menarik.

Usaha pengumpulan dana masyarakat yang gencar dari pihak perbankan ini telah menggugah masyarakat mulai memerlukan jasa perbankan dan menciptakan sikap bank *mindedness*.<sup>38</sup> Kerugiannya adalah sumber dana dari sumber ini relatif lebih mahal jika dibandingkan dari dana sendiri baik untuk biaya bunga maupun biaya promosi. Adapun produk-produk dari sumber dana masyarakat salah satunya adalah deposito.

---

<sup>37</sup>Nurul Huda et al., *Ekonomi Makro Islam*...., h. 193

<sup>38</sup>Teguh Pudjo Muljono, *Bank Budgeting Profit Planning & Control*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, edisi-1, cet-1, 1996), h. 154.

### **b. Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah***

Deposito *mudharabah* disebut juga investasi *mudharabah*, merupakan investasi melalui simpanan pihak ke tiga (perseorangan atau badan hukum) yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu (jatuh tempo) dengan mendapatkan imbalan bagi hasil, imbalan ini dibagikan dalam bentuk berbagai pendapat (*revenue sharing*) atas penggunaan dana tersebut.<sup>39</sup>

Bagi hasil yang diberikan oleh bank syariah yang tinggi akan mendorong seseorang untuk menyimpan dananya dan mengorbankan konsumsi sekarang untuk dimanfaatkan di masa yang akan datang, demikian pula sebaliknya. Dalam sistem bagi hasil, keuntungan nasabah ditentukan berdasarkan nisbah yang telah ditetapkan oleh bank, sehingga semakin tinggi bagi hasil yang ditawarkan bank syariah pada nasabah, maka akan semakin besar pula nasabah menginvestasikan dananya.

### **c. Pengaruh Inflasi Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah***

Mankiw menyatakan bahwa menurut pandangan masyarakat awam pada umumnya inflasi adalah masalah sosial karena perubahan tingkat harga yang berkaitan dengan perubahan daya beli atau nilai uang. Jika tingkat harga naik, maka daya beli masyarakat akan turun, sementara alokasi dana untuk konsumsi akan meningkat. Kondisi ini akan menyebabkan alokasi dana investasi yang menurun. Sama halnya dengan tabungan rumah tangga atau swasta sebagai jumlah pendapatan yang tersisa setelah dikurangi pajak dan konsumsi mereka. Maka inflasi yang tinggi akan menyebabkan masyarakat menarik sisa dana yang mereka simpan dan mengalokasinya kepada konsumsi.

---

<sup>39</sup>Wiroso, *Praktek Perbankan Syariah*, (Jakarta: LPFE Usakti, 2009), h. 198.



## B. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

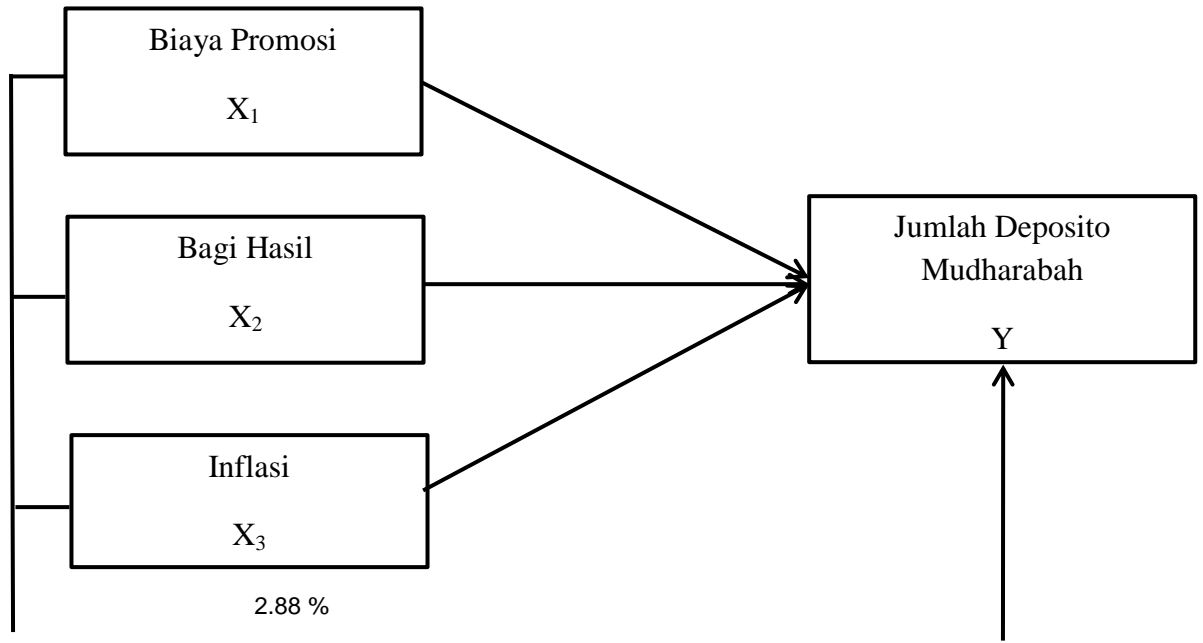
No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Nur Fitria	Pengaruh Bagi Hasil Deposito, Biaya Promosi, dan Pendapatan Perkapita Kota Medan Terhadap Deposito <i>Mudharabah</i> pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Medan Balai Kota	Y=Deposito <i>Mudharabah</i>  X <sub>1</sub> = Bagi Hasil Deposito  X <sub>2</sub> = Biaya Promosi  X <sub>3</sub> = Pendapatan Perkapita	Variabel bagi hasil deposito secara parsial berpengaruh terhadap deposito <i>mudharabah</i> sedangkan biaya promosi dan pendapatan perkapita Kota Medan secara parsial tidak berpengaruh terhadap deposito <i>mudharabah</i>
2	Mutia Hikmah	Pengaruh Nilai Tukar, Suku Bunga Acuan dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Deposito <i>Mudharabah</i> Di BPRS (Studi Kasus pada BPRS di Indonesia Periode 2011-2015)	Y=Deposito <i>Mudharabah</i>  X <sub>1</sub> =Nilai Tukar  X <sub>2</sub> =Suku Bunga Acuan  X <sub>3</sub> = Tingkat Bagi Hasil	Secara simultan Nilai Tukar, Suku Bunga Acuan dan Tingkat Bagi Hasil berpengaruh signifikan terhadap deposito <i>mudharabah</i> . Secara parsial menunjukkan bahwa variabel Nilai Tukar, Suku Bunga Acuan dan Tingkat Bagi Hasil juga berpengaruh secara

				signifikan terhadap Deposito <i>Mudharabah</i>
3	Padila Arisandi	Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Deposito <i>Mudharabah</i> pada Bank Syariah Mandiri di Indonesia Periode 2009-2014	Y= Deposito <i>Mudharabah</i> X1= Inflasi X2= Nilai Tukar X3=Tingkat Bagi Hasil	Hasil pengujian penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara simultan inflasi, nilai tukar, dan tingkat bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap deposito <i>mudharabah</i> . Hasil pengujian individual menunjukkan bahwa variabel inflasi tidak berpengaruh signifikan terhadap deposito <i>mudharabah</i> , sedangkan variabel nilai tukar dan tingkat bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap deposito <i>mudharabah</i> .
4	Rabiahtul Addawiyah	Pengaruh IHSG, Harga Emas, Biaya Promosi dan FDR terhadap Jumlah Deposito <i>Mudharabah</i> (Studi Kasus pada BUS dan UUS di Indonesia Periode	Y= Jumlah Deposito <i>Mudharabah</i> X <sub>1</sub> = IHSG X <sub>2</sub> = Harga Emas X <sub>3</sub> = Biaya Promosi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa IHSG berpengaruh positif signifikan terhadap Deposito <i>Mudharabah</i> , harga emas berpengaruh positif signifikan terhadap Deposito

		2011-2015)	$X_4 = \text{FDR}$	<i>Mudharabah</i> , biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap Deposito <i>Mudharabah</i> , FDR tidak berpengaruh terhadap Deposito <i>Mudharabah</i>
--	--	------------	--------------------	--

### C. Kerangka Teoritis

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, maka dapat digambarkan kerangka teoritis penelitian sebagai berikut:



**Gambar 2.1 Kerangka Teoritis**

$X_1$  = Biaya promosi adalah semua nilai yang dikeluarkan oleh BPRS Gebu Prima dalam upaya mengedarkan atau mempromosikan produk perbankan syariah kepada masyarakat yang bertempat tinggal dan menetap di sekitar BPRS Gebu Prima.

$X_2$  = Bagi hasil adalah pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan oleh pihak-pihak yang melakukan perjanjian yaitu pihak nasabah dan pihak bank syariah.

$X_3$  = Inflasi adalah merupakan perubahan kenaikan harga-harga umum secara terus menerus yang dihitung dari tingkat inflasi di Indonesia dan dinyatakan ke dalam persen. Data diambil dari website Bank Indonesia.

$Y$  = Deposito *mudharabah* merupakan dana investasi yang ditempatkan oleh nasabah yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu sesuai dengan akad perjanjian yang dilakukan antara bank dan nasabah investor.

Berdasarkan pada Gambar 2.1 menggambarkan bagaimana setiap variabel X mempengaruhi variabel Y secara parsial dan simultan.

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis pada penelitian ini adalah:

**1. Pengaruh biaya promosi terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima.**

$H_{01}$  = Tidak ada pengaruh biaya promosi terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima.

$H_{a1}$  = Terdapat pengaruh biaya promosi terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima.

**2. Pengaruh bagi hasil terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima.**

$H_{02}$  = Tidak ada pengaruh bagi hasil terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima.

$H_{a2}$  = Terdapat pengaruh bagi hasil terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima.

**3. Pengaruh inflasi terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima.**

$H_{03}$  = Tidak ada pengaruh inflasi terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima.

$H_{a3}$  = Terdapat pengaruh inflasi terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima.

**4. Pengaruh biaya promosi, bagi hasil, dan inflasi terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima.**

$H_{0123}$  = Tidak ada pengaruh biaya promosi, bagi hasil, dan inflasi terhadap jumlah deposito *mdharabah* pada PT BPRS Gebu Prima.

$H_{a123}$  = Terdapat pengaruh biaya promosi, bagi hasil, dan inflasi terhadap jumlah deposito *mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan cara penelitian lapangan (*field research*) yang menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu suatu pendekatan yang menganalisis data dari PT BPRS Gebu Prima Medan.

##### **B. Waktu dan Tempat**

Penelitian ini dilakukan di PT BPRS Gebu Prima Medan, waktu penelitian dilakukan selama delapan bulan dimulai sejak bulan Januari 2019 - Agustus 2019.

##### **C. Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>1</sup> Yang menjadi populasi dari penelitian ini adalah tingkat inflasi, biaya promosi perusahaan, serta laporan keuangan yaitu neraca dan laporan laba rugi pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Gebu Prima.

Sedangkan sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.<sup>2</sup> Dan yang menjadi sampel penelitian ini adalah semua data yang menjadi populasi selama runtun waktu 2014-2018.

##### **D. Jenis dan Sumber Data**

Untuk menjawab hipotesis perlu dilakukan pengumpulan data yang terkait dengan pembahasan. Metode pengumpulan data menggunakan data sekunder runtun waktu (*time series*) yang mana diperoleh dari PT. BPRS Gebu Prima dan bersumber dari website BI yaitu [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id) dan OJK yaitu [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id) .

---

<sup>1</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 90.

<sup>2</sup>Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016), h. 34.

Data yang dikumpulkan yaitu data laporan keuangan triwulanan dimulai dari tahun 2014-2018 dan data inflasi dari tahun 2014-2018.

Keperluan data dalam penelitian ini bersumber dari PT. BPRS Gebu Prima sebagai objek penelitian penulisan skripsi dan peneliti juga berupaya untuk memperoleh data-data secara tidak langsung melalui studi kepustakaan untuk mendapatkan referensi-referensi seperti karya ilmiah, jurnal, buku-buku dan internet serta data-data yang lain yang berkaitan dengan biaya promosi, bagi hasil, inflasi dan deposito *mudharabah* sebagai bahan pelengkap dalam penelitian ini.

## **E. Definisi Operasional Variabel**

Dalam bab ini yang akan diuraikan terkait dengan definisi operasional dari variabel terikat (variabel dependen) yaitu jumlah deposito *mudharabah* dan variabel bebas (variabel independen) yaitu biaya promosi, bagi hasil dan inflasi.

### **1. Variabel Terikat**

Variabel terikat ini biasa disebut juga variabel dependen dimana variabel inilah yang menjadi variabel yang akan dipengaruhi.<sup>3</sup> Pada penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah jumlah deposito *mudharabah*.

#### **a. Jumlah Deposito *Mudharabah***

Dalam penelitian ini jumlah deposito *mudharabah* merupakan variabel terikat (Y). Deposito *mudharabah* merupakan simpanan dana masyarakat (pemilik dana/ *shahibul maal*) yang oleh bank syariah (*mudharib*) dapat dioperasikan untuk mendapatkan keuntungan, hasil keuntungan dilakukan bagi hasil antara pemilik dana dan bank sesuai nisbah yang disepakati. Data yang diperoleh dari laporan keuangan Neraca BPRS Gebu Prima Medan.

### **2. Variabel Bebas**

Variabel bebas identik dengan variabel independen, penjelas, atau *explanatory variable*. Variabel ini biasanya dianggap sebagai variabel prediktor atau penyebab karena memprediksi atau menyebabkan variabel dependen.<sup>4</sup> Dalam

---

<sup>3</sup>Murajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 3* (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 23

<sup>4</sup>*Ibid.*, h. 24.

penelitian ini yang menjadi variabel bebas antara lain biaya promosi, bagi hasil dan inflasi.

**a. Biaya Promosi**

Biaya promosi adalah semua nilai yang dikeluarkan oleh BPRS Gebu Prima dalam upaya mengenalkan atau mempromosikan produk perbankan syariah kepada masyarakat yang bertempat tinggal dan menetap di sekitar BPRS Gebu Prima. Indikator biaya promosi seperti: biaya pembuatan brosur, biaya kalender, serta biaya memberikan seminar atau event.

**b. Bagi Hasil Deposito *Mudharabah***

Bagi hasil adalah pembagian laba yang didasarkan pada pendapatan kotor BPRS Gebu Prima. Indikator bagi hasil yaitu: kejelasan besarnya nisbah bagi hasil, manfaat dari bagi hasil, dan bagi hasil yang kompetitif. Data diperoleh dari laporan bagi hasil BPRS Gebu Prima pada laporan keuangan laba rugi di website OJK.

**c. Inflasi**

Inflasi adalah merupakan perubahan kenaikan harga-harga umum secara terus menerus yang di hitung dari tingkat inflasi di Indonesia dan dinyatakan ke dalam persen. Inflasi diukur menggunakan perubahan indeks harga konsumen, indeks harga konsumen merupakan indeks yang dipergunakan untuk mengukur biaya dalam membeli sejumlah barang dan jasa. Data inflasi (perubahan indeks harga konsumen) yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data bulanan dari Januari 2014 sampai Desember 2018 di Indonesia yang dihitung secara triwulanan dalam bentuk rasio. Data di dapat dari website Bank Indonesia.

**F. Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu metode analisis regresi linier berganda. Metode tersebut digunakan untuk meramalkan pengaruh dari suatu variabel terikat (jumlah deposito *mudharabah*) berdasarkan variabel bebas (biaya promosi, bagi hasil, dan inflasi). Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan analisis regresi berganda, dengan menggunakan program *SPSS versi 22*, kemudian dijelaskan secara deskriptif.



## 1. Uji Asumsi Klasik

Dalam sub bab ini yang akan diuraikan terkait dengan Uji Normalitas, Uji Autokorelasi dan Uji Heteroskedastisitas.

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk melihat apakah suatu data terdistribusi secara normal atau tidak. Tujuan uji normalitas adalah mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak adalah dengan dilakukan Kolmogrov Sminov Test yang terdapat pada program SPSS. Distribusi data dapat dikatakan normal apabila signifikansi  $> 0,05$ . Selain itu metode lain yang dapat digunakan untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat *normal probability plot* adalah sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.<sup>5</sup>

### b. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah varian residualnya bersifat homoskedastisitas atau tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan lain yang lainnya.<sup>6</sup>

Untuk mengetahui adanya gejala heteroskedastisitas dapat menggunakan uji *glejser* dilakukan dengan meregresikan variabel independen terhadap nilai residual mutlak. Apabila nilai signifikansi  $> \alpha = 0,05$  (5%), maka dapat dikatakan model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.

---

<sup>5</sup>Imam Ghozali, *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: UNDIP, 2005), h. 110.

<sup>6</sup>Juliansyah Noor, *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen* (Jakarta: Grasindo, 2014), h. 63.

Uji *Glejser* adalah uji yang dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Jika terdapat pengaruh variabel bebas yang signifikan terhadap nilai mutlak residualnya maka dalam model regresi terdapat masalah heterokedastisitas.<sup>7</sup>

### c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut urutan waktu, pendeteksian autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin-Watson. Pada kenyataannya setiap program regresi sudah mempersiapkan uji DW untuk mengecek apakah terjadi autokorelasi atau tidak. Dasar pengambilan keputusan dan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

- 1) Bila  $DW < dl$ , berarti ada autokorelasi positif.
- 2) Bila  $DW > 4-dl$ , berarti ada autokorelasi negatif.
- 3) Bila  $du < DW < 4-du$ , berarti tidak ada autokorelasi.
- 4) Bila  $dl \leq DW \leq du$ , berarti pengujian tidak bisa disimpulkan.
- 5) Bila  $(4 - du) \leq DW \leq (4-dl)$ , berarti pengujian tidak bisa disimpulkan.

## 2. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan suatu variabel terikat (*dependent variable*) (Y) berdasarkan tiga variabel bebas (*independent variable*) (X1,X2,X3), dalam suatu persamaan linier:

$$DM = a + \beta_1 BP + \beta_2 BH + \beta_3 In + e$$

Dimana:

DM = Jumlah Deposito *Mudharabah*

BP = Biaya Promosi

BH = Bagi Hasil

In = Inflasi

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$  = Koefisien Regresi

---

<sup>7</sup>Suliyanto, *Ekonomi Matrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS* (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), h.98.

e = *Error Term* (tingkat kesalahan) yaitu 0,05 (5%)

**a. Koefisien Determinan ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent. Nilai koefisien determinasi adalah dari 0-1.<sup>8</sup> Nilai R Square kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependent amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependent.

**b. Uji F Statistik (Uji Signifikansi Simultan)**

Uji F dapat digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Uji statistik F juga dapat digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak.

Jika hasilnya signifikan, berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan) dengan melihat pada nilai Sig (p-value) atau membandingkan nilai F hitung dengan F tabel.<sup>9</sup> Langkah uji F ditentukan sbb:

- 1) Membuat  $H_0$  dan  $H_a$  sebagai berikut:  
 $H_0 : B_1 = B_2 = B_3 = B_4 = 0$   
 $H_a : B_1 \neq B_2 \neq B_3 \neq B_4 \neq 0$
- 2) Mencari nilai  $F_{hitung}$  dan nilai kritis F statistik dari tabel F. Nilai kritis F berdasarkan besarnya  $\alpha$  dan df. ( $\alpha=5\%$ )
- 3) Keputusan menolak  $H_0$  atau menerima adalah sebagai berikut:  
 Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.  
 Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima.

---

<sup>8</sup>Bi Rahmani, *Metodologi*,...h. 111.

<sup>9</sup>*Ibid.*, h. 112.

### c. Uji t Statistik (Uji Signifikansi Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan dari variabel penelitian yang ingin diuji pengaruhnya terhadap variabel Y secara terpisah atau individu dengan melihat pada nilai Sig (p-value) atau membandingkan t-hitung dengan t-tabel.<sup>10</sup> Adapun prosedur uji t adalah sebagai berikut:

#### 1) Menentukan hipotesis

$$H_0 : B1 = 0 \qquad H_a : B1 \neq 0$$

$$H_0 : B2 = 0 \qquad H_a : B2 \neq 0$$

$$H_0 : B3 = 0 \qquad H_a : B3 \neq 0$$

$$H_0 : B4 = 0 \qquad H_a : B4 \neq 0$$

#### 2) Menghitung nilai $t_{hitung}$ dan mencari nilai $t_{tabel}$ dari tabel distribusi t pada $\alpha$ dan *degress of freedom* tertentu. ( $\alpha=5\%$ )

#### 3) Membandingkan nilai $t_{hitung}$ dengan $t_{tabel}$ . Keputusan menerima dan menolak $H_0$ adalah sebagai berikut:

a) Jika nilai  $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak atau menerima  $H_a$ .

b) Jika nilai  $t_{hitung} < \text{nilai } t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima atau menolak  $H_a$ .

---

<sup>10</sup>*Ibid.*, h.113

## **BAB IV**

### **TEMUAN PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Perusahaan**

##### **1. Sejarah Perusahaan**

Rencana untuk mendirikan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Gebu Prima sudah sejak lama dicanangkan oleh para pendiri yang saat ini telah menjadi Komisaris para pemegang saham PT. BPRS Gebu Prima dengan tujuan sesuai dengan ketentuan peraturan pemerintah No. 7 tahun 1992 guna menghimpun dan menyalurkan dan masyarakat serta harus mampu menunjang modernisasi pedesaan dan memberikan pelayanan bagi golongan ekonomi lemah/ pengusaha kecil. Tujuan ini lebih ditekankan lagi arahnya pada BPR dengan sistem bagi hasil, yang lazimnya disebut Bank Syariah, Bank Islam atau Bank Muamalat dan peluang untuk mendirikan BPR sistem bagi hasil/ syariah ini sesuai dengan bunyi pasal 13 UU No. 7 tahun 1992. Proses pendirian BPR ini mulai dilaksanakan dengan membentuk badan hukumnya yaitu Perseroan Terbatas dengan dibuatkannya rancangan Anggaran Dasar Perusahaan. Dibuatnya daftar calon persero, susunan Direksi dan Dewan Komisaris, rencana susunan Organisasi, rencana kerja serta bukti setor minimal 30% dari modal setor. Hal ini dipersiapkan guna melengkapi permohonan izin prinsip (persiapan pendirian) pada Menteri Keuangan.

Pada tanggal 23 Juni 1994 izin prinsip PT. BPRS Gebu Prima dengan nomor: S-855/MK.17/1994 dikeluarkan oleh Menteri Keuangan dan tahap selanjutnya adalah melengkapi permohonan lain usaha/ operasi yang harus melampirkan Anggaran Dasar yang telah disahkan berdasarkan Menteri Kehakiman berdasarkan akte No. 39 tanggal 12 September 1994 dengan Notaris Ny. Chairani Bustami dan selanjutnya dilengkapi juga dengan daftar persero, susunan Direksi, Dewan Komisaris, susunan organisasi, sistem dan prosedur kerja serta bukti pelunasan modal setor. Sejalan dengan persiapan pendirian ini, pihak pendiri mempersiapkan calon-calon karyawan dengan memberikan pendidikan

dan pelatihan 3 (tiga) bulan dengan materi yang diajarkan mengenai prosedur dan praktek Perbankan Syariah di Forum Kajian Ekonomi Perbankan Islam IAIN Sumatera Utara serta ditambah dengan training dan magang pada BPR Syariah yang sudah beroperasi di wilayah Deli Serdang.

Adanya perubahan pada legalitas Anggaran Dasar ini disertai perbaikan perbaikan permohonan izin usaha serta dengan diberlakukannya peraturan baru yang lebih selektif terhadap BPR yang akan berdiri, sehingga Izin Operasi dari PT. BPRS Gebu Prima resmi diterbitkan melalui surat Keputusan Menteri Keuangan No.Kep.030/KM.17/1996 pada tanggal 23 Januari 1996. Berdasarkan Izin Operasional yang ada Alhamdulillah pada tanggal 11 Maret 1996 PT.BPRS Gebu Prima yang saat itu berkantor di jalan Garuda Ruko No. 07 Tel. 7341538- Fax. 7349162 Perumnas Mandala Medan, diresmikan oleh salah seorang Pengurus Gebu Minang yaitu: Bapak Prof. Drs. H. Harun Zein. Pada tanggal 13 April 2002 PT. BPRS Gebu Prima resmi beroperasi di kota Medan, yang peresmiannya juga dilakukan sesepuh Gebu Minang, yakni: Bapak Ir. H. Azwar Anas. Selanjutnya pada tanggal 14 Januari 2013 PT. BPRS Gebu Prima telah pindah kantor pusat di Jl. Bakti/ Ar. Hakim No. 139.

PT BPRS Gebu Prima yang merupakan lembaga perbankan yang tengah eksis di tengah masyarakat telah menggunakan teknologi komputer dalam melayani kebutuhan masyarakat dalam dunia perbankan. Untuk kedepan PT. BPRS Gebu Prima akan terus melakukan pengembangan sesuai dengan perkembangan teknologi sehingga layanan perbankan sesuai syariah dapat dirasakan masyarakat.

Dunia usaha dan dunia perbankan adalah dua variabel yang tidak dapat dipisahkan dalam memajukan perekonomian suatu bangsa. Roda perekonomian akan berjalan baik bila ditopang oleh modal usaha yang memadai. Adanya bantuan modal usaha atau modal kerja dari lembaga perbankan akan turut membantu pesatnya laju perekonomian suatu bangsa. Oleh karena itu, untuk mewujudkan hal itu maka diperlukan suatu perencanaan yang matang dan akurat.

## **2. Visi dan Misi Perusahaan**

PT. BPRS Gebu Prima sebagai lembaga keuangan syariah memiliki Visi dan Misi dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari. Visi dan Misi tersebut adalah:

**Visi :** Berkembang bersama ummat dan menjadi BPRS terbaik di SUMUT.

**Misi :** Membantu perekonomian masyarakat.

## **3. Lokasi Perusahaan**

PT. BPRS Gebu Prima terletak di Jl.Bakti/ Ar. Hakim No. 139 Medan, tepatnya bersebelahan dengan BRI Cabang Ar. Hakim.

## **4. Ruang Lingkup Bidang Usaha**

Menyikapi keputusan Majelis Ulama Indonesia Tanggal 01 April 2000 Nomor: 01 dan 02/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Deposito dan Tabungan yang tidak dibenarkan syariah, yaitu Deposito dan Tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga, Deposito dan Tabungan di Bank Syariah Gebu Prima merupakan antisipasi kebutuhan Ummat dalam rangka membumikan Ekonomi Islam, juga disusun tidak dengan sistem bunga melainkan dengan sistem bagi hasil sesuai syariah Islam yang tidak diragukan lagi tentang keadilannya, serta memberikan bagi hasil yang diambil dari pendapatan bruto Bank.

### **a. Produk Penghimpunan Dana**

#### **1) Tabungan Gema**

Tabungan Gema merupakan tabungan yang diperuntukkan bagi masyarakat umum yang memiliki kelebihan dan keuntungan seperti : mendapat bagi hasil yang halal, murni, keamanan yang dijamin oleh Pemerintah serta menguntungkan dengan mendapat nisbah sebesar 50% untuk bank, Tabungan GEMA setiap saat dapat ditarik tanpa dikenakan biaya administrasi.

#### **2) Tabungan Wahyu**

Tabungan Wahyu merupakan tabungan Qur'an, tabungan ini khusus memfasilitasi simpanan Masyarakat yang ingin berQurban secara mudah dan terencana, tabungan wahyu disamping mendapat bagi hasil yang menarik, juga

memberikan pilihan kepada nasabah terhadap teknis berqurban antara lain: Nasabah bisa membeli hewan qurban sendiri atau nasabah menyerahkan pembelian hewan qurban kepada pihak bank atau nasabah menyerahkan pelaksanaan qurban sepenuhnya kepada pihak bank dan pihak bertanggung jawab mendistribusikan daging qurban kepada yang berhak, disamping itu Tabungan Wahyu juga dijamin oleh pemerintah.

### **3) Tabungan Tholib**

Tabungan Tholib merupakan tabungan pelajar khusus menampung simpanan Mahasiswa sampai dengan pelajar sekolah dasar, tabungan ini disamping mendapat bagi hasil yang menarik, juga mendapat peluang menerima beasiswa dan hadiah-hadiah yang menarik bagi Mahasiswa dan pelajar yang memiliki prestasi yang baik serta yang kurang mampu, disamping itu tabungan Tholib juga dijamin oleh pemerintah.

### **4) Tabungan Jabal Rahmah**

Tabungan Jabal Rahmah merupakan tabungan bagi masyarakat yang berniat ingin menunaikan ibadah haji dengan aman dan terencana, Tabungan Jabal Rahmah disamping mendapat bagi hasil yang menarik dari pihak bank, disamping itu Tabungan Jabal Rahmah juga dijamin oleh pemerintah.

### **5) Simpanan Zakiyah**

Simpanan Zakiyah merupakan yang menampung zakat, infaq, Sadaqah dan Waqaf tunai dari kaum muslimin yang berkelebihan harta yang disalurkan kepada pengusaha kecil muslim yang dhu'afa dalam rangka menekan kemiskinan dan pekerjaan meminta-minta dari kaum muslimin, serta menghindari ummat islam dari jeratan rentenir, dana tersebut akan disalurkan kepada pengusaha kecil kita dalam bentuk pembiayaan AlQardul Hasan yaitu pembiayaan kebijakan dimana tidak dipungut bagi hasil sedikitpun, Simpanan zakiyah juga dapat disalurkan sesuai dengan permintaan Muzaky yang bersangkutan.

### **6) Deposito Prima**

Deposito Prima merupakan simpanan berjangka waktu 1 (satu) bulan, 3 (tiga) bulan, 6 (enam) bulan, Deposito Prima tidak dapat dicairkan sebelum masa jatuh tempo, keuntungan dan kelebihan deposito prima disamping aman dan



dijamin oleh pemerintah, juga mendapat bagi hasil yang menarik dengan nisbah 70% untuk deposan dan 30% untuk bank, bagi hasil diambil dari pendapatan bruto bank bulan berjalan.

## **b. Produk Penyaluran Dana**

Penyaluran dana disebut dengan pembiayaan maka prinsipnya bank memberikan pembiayaan atau pinjaman kepada nasabah melalui syarat atau ketentuan kebijaksanaan bank yang berlaku. Sektor pembiayaan ini dalam bentuk modal usaha perdagangan, industri menengah dan kebawah, jasa pertanian dan perkebunan serta pembiayaan yang bersifat konsumtif. Jenis pembiayaan melampirkan produktif dan non produktif diberikan sesuai dengan batas maksimal pemberian pembiayaan (legal lending limit) setiap debitur tidak lebih dari modal setor bank.

### **1) Pembiayaan *Mudharabah***

Pembiayaan *Mudharabah* adalah suatu perjanjian pembiayaan antara bank dengan pengusaha, dimana pihak bank menyediakan pembiayaan modal usaha atau proyek yang dikelola oleh pihak pengusaha atas perjanjian bagi hasil.

### **2) Pembiayaan *Musyarakah***

Pembiayaan *Musyarakah* adalah suatu perjanjian pembiayaan antar bank dengan pengusaha, dimana baik pihak bank maupun bidang pengusaha secara bersama membiayai suatu usaha atau proyek yang dikelola secara bersama pula atas dasar bagi hasil sesuai dengan penyertaan.

### **3) Pembiayaan *Murabahah***

Pembiayaan *Murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang telah disepakati. Murabahah dapat dilakukan berdasarkan pesanan atau tanpa pesanan. Dalam murabahah berdasarkan pesanan, bank melakukan pembelian setelah ada pemesan dari nasabah. Pembiayaan murabahah dapat dilakukan secara tunai atau cicilan. Dalam pembiayaan murabahah secara cicilan diperkenankan adanya potongan. Bank dapat memberikan potongan apabila nasabah mempercepat pembayaran cicilan atau melunasi piutang murabahah sebelum jatuh tempo.

#### **4) Pembiayaan *Ba'i Bithaman Aj'il***

Pembiayaan *Ba'i Bithaman Aj'il* adalah suatu perjanjian yang disepakati antar bank dengan nasabah, dimana bank menyediakan dana untuk pembelian barang atau asset yang dibutuhkan nasabah untuk mendukung suatu usaha proyek.

#### **5) *Ijarah***

*Ijarah* merupakan akad sewa menyewa antara kedua belah pihak untuk memperoleh imbalan atas barang atau jasa.

#### **6) *Ijarah Mutahiah Bittamlik***

*Ijarah Mutahiah Bittamlik* merupakan akad sewa menyewa dengan opsi perpindahan hak untuk objek sewa.

#### **7) Piutang Transaksi Multijasa**

Piutang Transaksi Multijasa adalah piutang yang diberikan kepada nasabah dalam memperoleh manfaat atas suatu jasa dengan menggunakan akad *ijarah*.

#### **8) *Qaridh***

*Qaridh* merupakan pinjaman dana tanpa imbalan dengan kewajiban pihak peminjam mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu.

#### **9) *Qardhul Hasan***

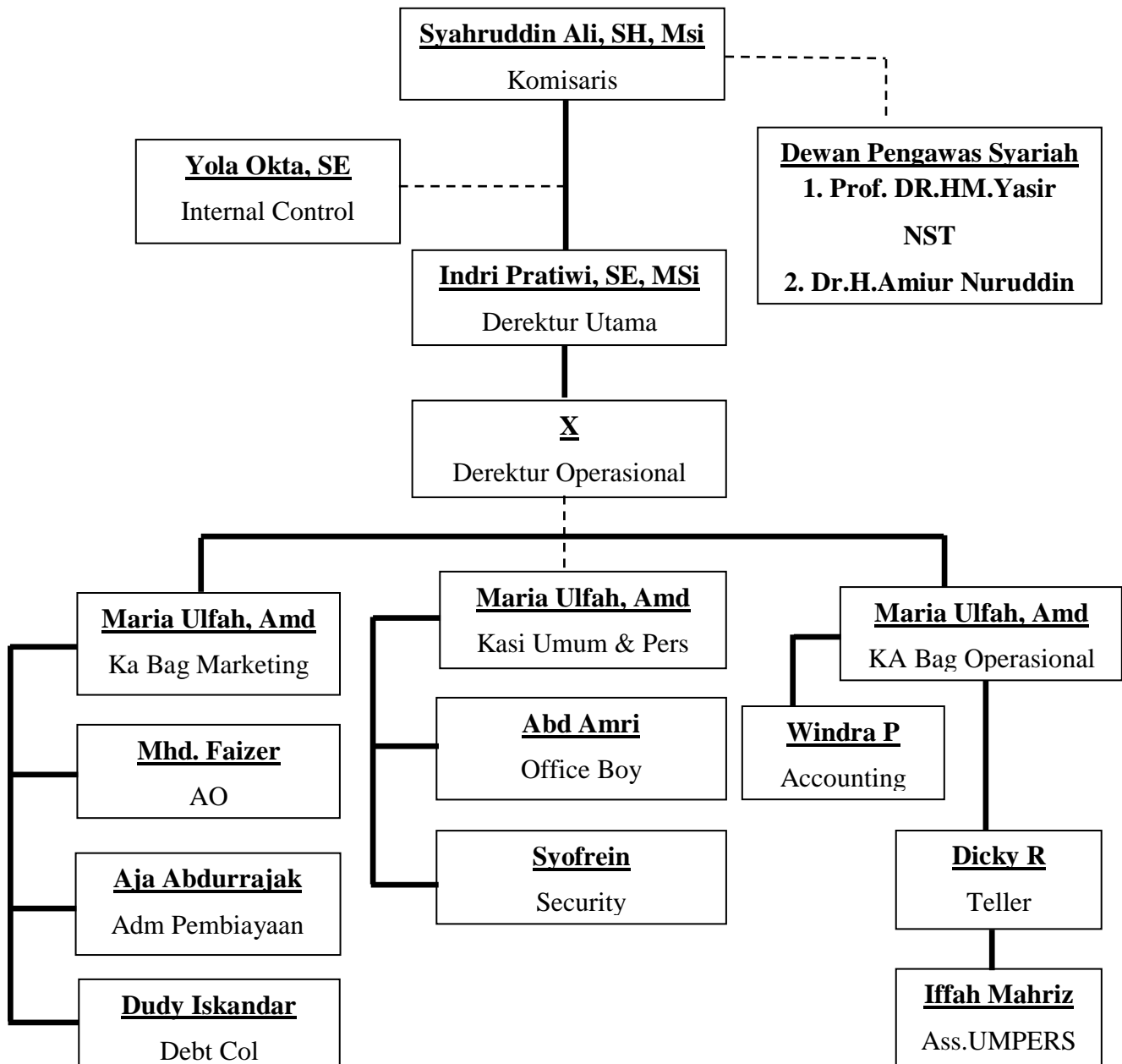
*Qardhul Hasan* adalah perjanjian pembiayaan antara bank dengan nasabah yang dianggap layak menerima yang diprioritaskan bagi pengusaha kecil yang potensial akan tetapi tidak mempunyai modal apapun, selain kemampuan berusaha serta perorangan lainnya yang berada dalam keadaan terdesak, dimana penerimaan kredit hanya diwajibkan mengambil pokok pinjaman pada waktu jatuh tempo dan bank hanya membebani nasabah atas biaya administrasi.

### **5. Daerah Pemasaran**

Pada dasarnya pemasaran itu adalah aktifitas analisa, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian (POAC) terhadap program yang dirancang, untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran dan hubungan yang menguntungkan bagian pasar sasaran demi tercapainya tujuan

organisasi/perusahaan. Daerah pemasaran PT BPRS Gebu Prima adalah pada daerah Kecamatan Medan Area sekitar.

## 6. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

## B. Hasil Penelitian

Dalam sub bab ini yang akan diuraikan terkait dengan uji asumsi klasik dan uji regresi linier berganda. Uji asumsi klasik terdiri atas uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi baik variabel dependen ataupun independen memiliki distribusi data normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan *kolmogrov-smirnov test*. Berikut disajikan hasil dari *kolmogrov-smirnov test*:

**Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		BP	BH	IN	DM
N		20	20	20	20
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	13766148,0000	319639,8500	6,0906	7331475,0000
	Std. Deviation	9134134,62487	180150,12709	,33366	2545434,01053
Most Extreme Differences	Absolute	,139	,104	,174	,141
	Positive	,139	,104	,171	,141
	Negative	-,115	-,102	-,174	-,109
Test Statistic		,139	,104	,174	,141
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>	,200 <sup>c,d</sup>	,116 <sup>c</sup>	,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data sekunder yang diolah dengan SPSS

Pada output data tabel 4.1, terlihat bahwa hasil uji normalitas menunjukkan level signifikansi lebih besar dari  $\alpha$   $\{\alpha = 0.05\}$  yaitu  $0.200 > 0.05$  pada variabel Biaya Promosi, Bagi Hasil, dan Deposito *Mudharabah*, pada variabel Inflasi yaitu  $0.116 > 0.05$  yang berarti bahwa data terdistribusi dengan normal.

### b. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah varian residualnya bersifat homoskedastisitas atau tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan lain yang lainnya.

**Tabel 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1903101,659	779524,037		2,441	,027
BP	-,012	,035	-,135	-,361	,723
BH	,838	1,785	,179	,470	,645
ln	-1315,332	1299,630	-,258	-1,012	,327

a. Dependent Variable: RESUC

Sumber: Data sekunder yang diolah dengan SPSS

Pada output data tabel 4.2, terlihat bahwa hasil perhitungan dari masing-masing variabel menunjukkan level sig >  $\alpha$ , yaitu  $0.723 > 0.05$  untuk variabel biaya promosi,  $0.645 > 0.05$  untuk variabel bagi hasil dan  $0.327 > 0.05$  untuk inflasi, sehingga penelitian ini bebas dari heteroskedastisitas dan layak untuk diteliti.

### c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sekarang dengan periode sebelumnya. Model regresi yang baik adalah yang terbebas dari autokorelasi.

**Tabel 4.3 Hasil Uji Autokorelasi dengan Durbin-Watson Test**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,761 <sup>a</sup>	,579	,500	1800735,88616	1,292

a. Predictors: (Constant), ln, BP, BH

b. Dependent Variable: DM

Sumber: Data sekunder yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan output data tabel 4.3, diketahui bahwa nilai DW adalah sebesar 1,292, selanjutnya nilai tersebut dibandingkan dengan tabel Durbin Watson dengan tingkat sig sebesar 5%, dengan jumlah sampel  $N=20$  dan jumlah variabel independen 3  $\{K=3\}$ . Berdasarkan tabel DW maka diperoleh nilai  $du = 1,6763$ .

Nilai DW 1,292 lebih besar dari nilai  $du$  dan kurang dari  $4-1,6763 = 2,3237$  sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi korelasi.

## 2. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan suatu variabel terikat/ variabel dependen berdasarkan variabel bebas/ variabel independen dalam suatu persamaan linier.

### a. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent. Nilai koefisien determinasi berada antara 0 sampai 1. Dengan kata lain, koefisien determinasi merupakan kemampuan variable X dalam menjelaskan variabel Y.

**Tabel 4.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,761 <sup>a</sup>	,579	,500	1800735,88616	,579	7,321	3	16	,003

a. Predictors: (Constant), In, BP, BH

Sumber: Data sekunder yang diolah SPSS

Berdasarkan gambar diperoleh angka R Square sebesar 0.579 atau 57,9%. Hal ini menunjukkan bahwa Biaya Promosi, Bagi Hasil, dan Inflasi berpengaruh sebesar 57,9% terhadap Deposito *Mudharabah* sedangkan sisanya sebesar 42,1% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain.

### b. Uji Simultan/ Uji F Statistik

Uji F dapat digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Uji statistik F juga dapat digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak.

Jika hasilnya signifikan, berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan) dengan melihat pada nilai Sig (*p-value*) atau membandingkan nilai F hitung dengan F tabel.

**Tabel 4.5 Hasil Uji F Statistik**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	71223056030 269,230	3	23741018676 756,414	7,321	,003 <sup>b</sup>
	Residual	51882395707 230,760	16	32426497317 01,922		
	Total	12310545173 7500,000	19			

a. Dependent Variable: DM

c. Predictors: (Constant), ln, BP, BH

Sumber: Data sekunder yang diolah dengan SPSS

Dari hasil perhitungan pada tabel 4.5, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi adalah sebesar 0,003 dan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 7,321. Dasar pengambilan keputusan adalah tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan hal ini menunjukkan adanya pengaruh biaya promosi, bagi hasil, dan inflasi secara simultan terhadap deposito *mudharabah*.

Dasar pengambilan keputusan yang lain adalah nilai  $F_{hitung}$  harus lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  untuk menentukan adanya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Dari uji ANOVA dengan taraf signifikansi 5% dan derajat kebebasan pembilang ( $v_1$ ) =  $k-1 = 3$  serta derajat kebebasan penyebut ( $v_2$ ) =  $n-k = 16$  dengan nilai  $F_{tabel}$  3,24 yang dapat dilihat pada tabel kritis distribusi (Tabel F), didapat nilai  $F_{hitung}$  sebesar 7,321. Karena nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$

ditolak dan dapat diambil kesimpulan bahwa biaya promosi, bagi hasil, dan inflasi secara simultan berpengaruh terhadap deposito *mudharabah*.

#### d. Uji Parsial/ Uji t Statistik

Uji t dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan dari variabel penelitian yang ingin diuji pengaruhnya terhadap variabel Y secara terpisah atau individu dengan melihat pada nilai Sig (p-value) atau membandingkan t-hitung dengan t-tabel.

**Tabel 4.6 Hasil Uji t Statistik**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2517586,191	1614387,923		1,559	,138
BP	-,195	,072	-,701	-2,730	,015
BH	16,721	3,696	1,183	4,524	,000
In	4623,280	2691,524	,300	1,718	,105

a. Dependent Variable: DM

Sumber: Data sekunder yang diolah dengan SPSS

Dari tabel 4.6 dapat dilihat bahwa:

- 1) Biaya promosi menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,015. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu  $0,015 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Biaya promosi mempunyai  $t_{hitung}$  sebesar 2,730 dengan  $t_{tabel}$  sebesar 2,120. Jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dapat disimpulkan bahwa biaya promosi memiliki kontribusi terhadap jumlah deposito *mudharabah*. Nilai t negatif menunjukkan bahwa biaya promosi mempunyai hubungan yang berlawanan arah dengan jumlah deposito *mudharabah*. Jadi, dapat disimpulkan bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap deposito *mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima.
- 2) Bagi hasil menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Bagi hasil mempunyai  $t_{hitung}$  sebesar 4,524 dengan  $t_{tabel}$  sebesar 2,120. Jadi  $t_{hitung} >$



$t_{\text{tabel}}$  dapat disimpulkan bahwa bagi hasil memiliki kontribusi terhadap jumlah deposito *mudharabah*. Nilai  $t$  positif menunjukkan bahwa bagi hasil mempunyai hubungan yang searah dengan jumlah deposito *mudharabah*. Jadi, dapat disimpulkan bahwa bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap deposito *mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima.

- 3) Inflasi menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,105. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu  $0,105 > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Inflasi mempunyai  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 1,718 dengan  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 2,120. Jadi  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  dapat disimpulkan bahwa inflasi tidak memiliki kontribusi terhadap jumlah deposito *mudharabah*. Nilai  $t$  positif menunjukkan bahwa inflasi mempunyai hubungan yang searah dengan jumlah deposito *mudharabah*. Jadi, dapat disimpulkan bahwa inflasi tidak berpengaruh signifikan terhadap deposito *mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima.

Selain itu, dari tabel *Coefficient* di atas di dapat model regresi yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 2517586,191 - 0,195X_1 + 16,721X_2 + 4623,280X_3$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat dibuat interpretasi sebagai berikut:

- a) Nilai konstanta menunjukkan koefisien regresi sebesar 2517586,191 yang berarti bahwa jika biaya promosi, bagi hasil dan inflasi tetap atau tidak mengalami penambahan atau pengurangan, maka nilai konstanta jumlah deposito *mudharabah* sebesar 2517586,191.
- b) Nilai koefisien biaya promosi untuk variabel  $X_1$  sebesar 0,195 dan bertanda negatif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan nilai biaya promosi 1% maka variabel jumlah deposito *mudharabah* (Y) akan turun sebesar 0,195 dengan asumsi variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
- c) Nilai koefisien bagi hasil untuk variabel  $X_2$  sebesar 16,721. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan nilai bagi hasil 1% maka variabel jumlah deposito *mudharabah* (Y) akan naik sebesar 16,721 dengan asumsi variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

- d) Nilai koefisien inflasi untuk variabel  $X_3$  sebesar 4623,280. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan nilai inflasi 1% maka variabel jumlah deposito *mudharabah* (Y) akan naik sebesar 4623,280 dengan asumsi variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

### C. Pembahasan dan Hasil Penelitian

Dalam sub bab ini yang akan diuraikan terkait dengan pembahasan mengenai kemampuan biaya promosi, bagi hasil dan inflasi mempengaruhi jumlah deposito *mudharabah*.

#### 1. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah*

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa biaya promosi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah*. Jika melihat tabel *Coefficient*, biaya promosi menunjukkan koefisien regresi dengan arah negatif sebesar 0,195. Dengan adanya promosi, maka sudah pasti bank akan menganggarkan dananya untuk kegiatan promosi dan jika semakin tinggi biaya promosi yang dikeluarkan bank akan lebih mengenal produk dari perbankan syariah itu sendiri dan akan banyak menarik nasabah untuk menginvestasikan dananya pada tabungan maupun deposito *mudharabah*.

Selama tahun penelitian, biaya promosi pada PT BPRS Gebu Prima mengalami kenaikan hampir di setiap tahunnya namun penurunan pada deposito *mudharabah* dan beberapa tahun lainnya mengalami peningkatan pada biaya promosi dan deposito *mudharabah*. Hal ini dikarenakan dengan menggunakan sosial media seperti *WhatsApp* dengan menyebarkan *broadcast* pada orang-orang terdekat dan berbicara dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh semua pegawai PT BPRS Gebu Prima sebagai tempat untuk melakukan promosi lebih efektif dan dapat lebih meningkatkan kepercayaan nasabah dan otomatis dapat lebih banyak menarik nasabah untuk menyimpan dananya di PT BPRS Gebu Prima dan tidak terlalu membutuhkan dana yang lebih dalam melakukan promosi seperti ini.

Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rabiahtul Addawiyah (2016) dan dalam penelitiannya menjelaskan bahwa biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap deposito *mudharabah* dan tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Fitria (2015) dan dalam

penelitiannya menjelaskan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh terhadap deposito *mudharabah*.

## **2. Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah***

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah*. Jika melihat tabel *Coefficient*, bagi hasil menunjukkan koefisien regresi dengan arah positif sebesar 16,721.

Dalam sistem bagi hasil, keuntungan nasabah ditentukan berdasarkan nisbah yang telah ditetapkan oleh bank, sehingga semakin tinggi bagi hasil yang ditawarkan bank syariah pada nasabah, maka akan semakin besar pula nasabah menginvestasikan dananya karena itu bagi hasil merupakan salah satu pertimbangan bagi setiap orang untuk menyimpan dananya pada bank dan mengorbankan konsumsi sekarang untuk dimanfaatkan di masa yang akan datang, dikarenakan para nasabah dalam menempatkan dananya di bank syariah masih dipengaruhi oleh motif untuk mencari profit. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Fitria (2015), Mutia Hikmah (2017), dan Padila Arisandi (2015) dan dalam penelitiannya dijelaskan bahwa bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah*.

## **3. Pengaruh Inflasi Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah***

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa inflasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap jumlah deposito *mudharabah*. Jika melihat tabel *Coefficient*, inflasi menunjukkan koefisien regresi dengan arah positif sebesar 4623,280. Dikarenakan nasabah di PT BPRS Gebu Prima tidak memperhatikan naik dan turunnya inflasi di Indonesia, ketika inflasi naik nasabah tetap tidak menarik dananya di PT BPRS Gebu Prima dan mengambil investasi dalam bentuk aset riil, ketika inflasi turun nasabah menarik dananya untuk kebutuhan-kebutuhan tertentu mereka, kebanyakan nasabah menggunakan simpanan deposito untuk kebutuhan jangka panjang mereka dan menarik deposito mereka ketika ingin memenuhi kebutuhan tersebut, contohnya pada hari-hari besar seperti hari raya idul fitri dan keadaan seperti ini tidak termasuk dalam

kategori inflasi karena inflasi terjadi jika harga-harga naik secara umum dan berlangsung terus menerus.

Di bidang moneter, laju inflasi yang tinggi tidak terkendali dapat mengganggu upaya perbankan dalam pengedaran dana masyarakat, pada tatanan makro nilai uang terhadap barang memiliki peran penting terhadap jumlah tabungan masyarakat di bank. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Padila Arisandi (2015) dan dalam penelitiannya dijelaskan bahwa inflasi tidak berpengaruh signifikan terhadap deposito *mudharabah*.

#### **4. Pengaruh Biaya Promosi, Bagi Hasil, dan Inflasi Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah*.**

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa Biaya Promosi, Bagi Hasil, dan Inflasi secara simultan berpengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah*. Dasar pengambilan keputusan adalah tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,003 dan nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  yaitu  $7,321 > 3,24$  yang berarti  $H_0$  ditolak. Dan pada tabel R Square menunjukkan bahwa Biaya Promosi, Bagi Hasil, dan Inflasi berpengaruh sebesar 57,9% terhadap jumlah Deposito *Mudharabah* sedangkan sisanya sebesar 42,1% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penghimpunan dana pihak ketiga khususnya pada produk deposito *mudharabah* memiliki pengaruh terhadap jumlah deposito *mudharabah* baik pada faktor internal maupun eksternal.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah ditulis dan dikemukakan pada bab IV tentang “Pengaruh Biaya Promosi, Bagi Hasil dan Inflasi Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima Medan”, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian secara individu (parsial) dengan melakukan uji t, variabel biaya promosi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap deposito *mudharabah*. Dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,730 kearah negatif. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} (2,730) > \text{nilai } t_{tabel} (2,120)$  dan signifikansi  $0,015 < 0,05$ .
2. Berdasarkan pengujian secara individu (parsial) dengan melakukan uji t, variabel bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap deposito *mudharabah*. Dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,524. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} (4,524) > \text{nilai } t_{tabel} (2,120)$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ .
3. Berdasarkan pengujian secara individu (parsial) dengan melakukan uji t, variabel inflasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap deposito *mudharabah*. Dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,718. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} (1,718) < \text{nilai } t_{tabel} (2,120)$  dan signifikansi  $0,105 > 0,05$ .
4. Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah deposito *mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima Medan 2014-2018, variabel independen biaya promosi, bagi hasil dan inflasi yang secara bersama-sama. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $F_{hitung} (7,321) > F_{tabel} (3,24)$ .

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil dari penelitian “Pengaruh Biaya Promosi, Bagi Hasil dan Inflasi Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah* pada PT BPRS Gebu Prima Medan”, maka peneliti memberikan masukan agar penelitian ini bisa bermanfaat kedepannya, diantaranya yaitu:

1. Bagi peneliti berikutnya agar memperpanjang periode waktu penelitian serta menggunakan lebih banyak variabel yang mempengaruhi Deposito *Mudharabah*. Sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang lebih baik. Hal ini dikarenakan keterbatasan periode penelitian yang singkat juga variabel penelitian yang sedikit.
2. Untuk perkembangan perbankan syariah, diperlukan sosialisasi yang efektif dan berkesinambungan tentang perbankan syariah sehingga masyarakat dapat mengetahui dan memilih tempat berinvestasi sesuai dengan syariah.
3. Diharapkan bank syariah tetap meningkatkan promosi dan mengadakan sosialisasi tentang ekonomi islam untuk meningkatkan jumlah deposito *mudharabah* PT BPRS Gebu Prima Medan.
4. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap akuntansi syariah mengenai anggaran dan biaya pada perbankan syariah semakin berkembang pesat saat ini.
5. Bagi pemerintah untuk mengevaluasi kebijakan-kebijakannya dalam perekonomian. Juga untuk lebih fokus dalam meningkatkan kinerja perbankan syariah sehingga bank mampu bersaing dengan bank konvensional yang sudah terlebih dahulu di Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Addawiyah, Rabiahtul, “*Pengaruh IHSG, Harga Emas, Biaya Promosi, dan FDR terhadap Jumlah Deposito Mudharabah (Studi Kasus pada BUS dan UUS di Indonesia Periode 2011-2015)*” Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2016.
- Afdal, Andi Muh. Nurul, “*Pemahaman Nilai-Nilai Syariah Pada Praktisi Perbankan Syariah*”, Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin, 2011.
- A.Karim, Adiwarman, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, Edisi ke-5, Cet-11, 2016.
- Ali, Zainuddin, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Antonio, Muhammad Syafi’i, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Jakarta : Gema Insani Press, Cet. Ke-1, 2001.
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007.
- Bi Rahmani, Nur Ahmadi, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016.
- Dendawijaya, Lukman, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009.
- Departemen Agama RI, *Al-qur’an dan Terjemahan*, Bandung: Diponegoro, 2010.
- Depag RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, Bandung: Diponegoro, 1989.
- Departemen Agama, *Mushaf Al Quran dan terjemah*, Bogor: Nur no P.VI/1/TL.02.1/410/2009.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, Bandung : Sygma Examedia, 2009.
- Fatwa Dewan Syari’ah Nasional Nomor 03/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Deposito
- Fitria, Nur, “*Pengaruh Bagi Hasil Deposito, Biaya Promosi, dan Pendapatan Perkapita Kota Medan Terhadap Deposito Mudharabah pada PT.*

- Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Medan Balai Kota*”, Skripsi, Medan: UIN Sumatera Utara, 2015.
- Ghozali, Imam, *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: UNDIP, 2005.
- Huda, Nurul et al., *Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoretis*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Iska, Syukri, *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia: dalam perspektif Fikih Ekonomi*, Yogyakarta: Fajar Media, Press, 2012.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group Cet. Ke-1, 2011.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta : Kencana, Cet. Ke-2, 2005.
- Kuncoro, Murajad, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 3*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa* Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Marliyah, “*Strategi Pembiayaan Mudharabah Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Studi Kasus Perbankan Syariah di Sumatera Utara*” Disertasi, Program Pascasarjana UIN SU Medan, 2016.
- Mastura, *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Kayu Ukir Pada UD. Bahati Jaya Teluk Lerong di Samarinda*. Ilmu Administrasi Bisnis. Vol. 4 No.1, 2016.
- Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, Yogyakarta: STIE Yayasan Keluarga Pahlawan Negara, Edisi 5, Cet-3, 1993.
- Noor, Juliansyah, *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*, Jakarta: Grasindo, 2014.
- Pudjo Muljono, Teguh, *Bank Budgeting Profit Planning & Control*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, edisi-1, cet-1, 1996.
- Rangkuti, Freddy, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Jakarta: Gramedia PustakaUtama, 2009.



- Rivai, Veithzal, dkk, *Bank & Financial Institution Management Conventional & Sharia System*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007.
- Rozalinda, *Ekonomi Islam : Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014.
- Simamora, Henry, *Akuntansi Manajemen*, Jakarta: Salemba Empat, 2002.
- Sinungan, Muchdarsyah, *Uang dan Bank*, Jakarta: Rineka Cipta, 1995.
- Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sukirno, Sadono, *Makro Ekonomi Modern, perkembangan pemikiran darim klasik hingga keynesain baru*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2005.
- Suliyanto, *Ekonomi Matrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*, Yogyakarta: Andi Offset, 2011.
- Supriyono, *Akuntansi Biaya: Perencanaan dan Pengendalian Biaya Serta Pembuatan Keputusan*, Yogyakarta: BPPE, Edisi Ke-2, Buku Ke-2, 2000.
- Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.
- Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2018.
- Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha*, Jakarta : Grasindo, 2005.
- Wiroso, *Praktek Perbankan Syariah*, Jakarta: LPFE Usakti, 2009.

## Lampiran 5.1 Uji Asumsi Klasik

**Hasil Uji Normalitas****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		BP	BH	IN	DM
N		20	20	20	20
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	13766148,0000	319639,8500	6,0906	7331475,0000
	Std. Deviation	9134134,62487	180150,12709	,33366	2545434,01053
Most Extreme Differences	Absolute	,139	,104	,174	,141
	Positive	,139	,104	,171	,141
	Negative	-,115	-,102	-,174	-,109
Test Statistic		,139	,104	,174	,141
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>	,200 <sup>c,d</sup>	,116 <sup>c</sup>	,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

**Hasil Uji Heteroskedastisitas****Coefficients<sup>a</sup>**

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1903101,659	779524,037		2,441	,027
	BP	-,012	,035	-,135	-,361	,723
	BH	,838	1,785	,179	,470	,645
	ln	-1315,332	1299,630	-,258	-1,012	,327

b. Dependent Variable: RESUC

Sumber: Data sekunder yang diolah dengan SPSS

**Hasil Uji Autokorelasi dengan Durbin-Watson Test****Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,761 <sup>a</sup>	,579	,500	1800735,88616	1,292

a. Predictors: (Constant), ln, BP, BH

b. Dependent Variable: DM  
Lampiran 5.2 Uji Regresi Linier Berganda

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,761 <sup>a</sup>	,579	,500	1800735,88616	,579	7,321	3	16	,003

e. Predictors: (Constant), In, BP, BH  
Sumber: Data sekunder yang diolah SPSS

### Hasil Uji F Statistik

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	71223056030269,230	3	23741018676756,414	7,321	,003 <sup>b</sup>
	Residual	51882395707230,760	16	3242649731701,922		
	Total	123105451737500,000	19			

a. Dependent Variable: DM

f. Predictors: (Constant), In, BP, BH  
Sumber: Data sekunder yang diolah dengan SPSS

### Hasil Uji t Statistik

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2517586,191	1614387,923		1,559	,138
	BP	-,195	,072	-,701	-2,730	,015
	BH	16,721	3,696	1,183	4,524	,000
	In	4623,280	2691,524	,300	1,718	,105

a. Dependent Variable: DM

Lampiran 5.3 Tabel Durbin-Watson (DW),  $\alpha = 5\%$ 

n\k	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6	0.610	1.400								
7	0.700	1.356	0.467	1.896						
8	0.763	1.332	0.559	1.777	0.367	2.287				
9	0.824	1.320	0.629	1.699	0.455	2.128	0.296	2.588		
10	0.879	1.320	0.697	1.641	0.525	2.016	0.376	2.414	0.243	2.822
11	0.927	1.324	0.758	1.604	0.595	1.928	0.444	2.283	0.315	2.645
12	0.971	1.331	0.812	1.579	0.658	1.864	0.512	2.177	0.380	2.506
13	1.010	1.340	0.861	1.562	0.715	1.816	0.574	2.094	0.444	2.390
14	1.045	1.350	0.905	1.551	0.767	1.779	0.632	2.030	0.505	2.296
15	1.077	1.361	0.946	1.543	0.814	1.750	0.685	1.977	0.562	2.220
16	1.106	1.371	0.982	1.539	0.857	1.728	0.734	1.935	0.615	2.157
17	1.133	1.381	1.015	1.536	0.897	1.710	0.779	1.900	0.664	2.104
18	1.158	1.391	1.046	1.535	0.933	1.696	0.820	1.872	0.710	2.060
19	1.180	1.401	1.074	1.536	0.967	1.685	0.859	1.848	0.752	2.023
20	1.201	1.411	1.100	1.537	0.998	1.676	0.894	1.828	0.792	1.991
21	1.221	1.420	1.125	1.538	1.026	1.669	0.927	1.812	0.829	1.964
22	1.239	1.429	1.147	1.541	1.053	1.664	0.958	1.797	0.863	1.940
23	1.257	1.437	1.168	1.543	1.078	1.660	0.986	1.785	0.895	1.920
24	1.273	1.446	1.188	1.546	1.101	1.656	1.013	1.775	0.925	1.902
25	1.288	1.454	1.206	1.550	1.123	1.654	1.038	1.767	0.953	1.886
26	1.302	1.461	1.224	1.553	1.143	1.652	1.062	1.759	0.979	1.873
27	1.316	1.469	1.240	1.556	1.162	1.651	1.084	1.753	1.004	1.861
28	1.328	1.476	1.255	1.560	1.181	1.650	1.104	1.747	1.028	1.850
29	1.341	1.483	1.270	1.563	1.198	1.650	1.124	1.743	1.050	1.841
30	1.352	1.489	1.284	1.567	1.214	1.650	1.143	1.739	1.071	1.833

n\k	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
31	1.363	1.496	1.297	1.570	1.229	1.650	1.160	1.735	1.090	1.825
32	1.373	1.502	1.309	1.574	1.244	1.650	1.177	1.732	1.109	1.819
33	1.383	1.508	1.321	1.577	1.258	1.651	1.193	1.730	1.127	1.813
34	1.393	1.514	1.333	1.580	1.271	1.652	1.208	1.728	1.144	1.808
35	1.402	1.519	1.343	1.584	1.283	1.653	1.222	1.726	1.160	1.803
36	1.411	1.525	1.354	1.587	1.295	1.654	1.236	1.724	1.175	1.799
37	1.419	1.530	1.364	1.590	1.307	1.655	1.249	1.723	1.190	1.795
38	1.427	1.535	1.373	1.594	1.318	1.656	1.261	1.722	1.204	1.792
39	1.435	1.540	1.382	1.597	1.328	1.658	1.273	1.722	1.218	1.789
40	1.442	1.544	1.391	1.600	1.338	1.659	1.285	1.721	1.230	1.786
45	1.475	1.566	1.430	1.615	1.383	1.666	1.336	1.720	1.287	1.776
50	1.503	1.585	1.462	1.628	1.421	1.674	1.378	1.721	1.335	1.771
55	1.528	1.601	1.490	1.641	1.452	1.681	1.414	1.724	1.374	1.768
60	1.549	1.616	1.514	1.652	1.480	1.689	1.444	1.727	1.408	1.767
65	1.567	1.629	1.536	1.662	1.503	1.696	1.471	1.731	1.438	1.767
70	1.583	1.641	1.554	1.672	1.525	1.703	1.494	1.735	1.464	1.768
75	1.598	1.652	1.571	1.680	1.543	1.709	1.515	1.739	1.487	1.770
80	1.611	1.662	1.586	1.688	1.560	1.715	1.534	1.743	1.507	1.772
85	1.624	1.671	1.600	1.696	1.575	1.721	1.550	1.747	1.525	1.774
90	1.635	1.679	1.612	1.703	1.589	1.726	1.566	1.751	1.542	1.776
95	1.645	1.687	1.623	1.709	1.602	1.732	1.579	1.755	1.557	1.778
100	1.654	1.694	1.634	1.715	1.613	1.736	1.592	1.758	1.571	1.780
150	1.720	1.747	1.706	1.760	1.693	1.774	1.679	1.788	1.665	1.802
200	1.758	1.779	1.748	1.789	1.738	1.799	1.728	1.809	1.718	1.820

Lampiran 5.4 Tabel Distribusi F,  $\alpha = 5\%$ 

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Lampiran 5.5 Tabel Distribusi t,  $\alpha = 5\%$ 

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **I. IDENTITAS PRIBADI**

Nama : Reka Cintia  
Nim : 53154121  
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 06 September 1998  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Jl. Rawa Gg. Syafi'i Medan Denai

### **II. RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. Tamatan SDS Al-Jama'iyah Berijazah tahun 2009/2010
2. Tamatan Ponpes Al-kautsar Al-Akbar Berijazah tahun 2012/2013
3. Tamatan MAN 2 Model Medan Berijzah tahun 2015/2016
4. UIN Sumatera Utara masuk tahun 2015

### **III. RIWAYAT ORGANISASI**

1. Demisioner KSEI UIE (2016-2019)
2. Anggota KAMMI Merah Saga (2016)